



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

U.N.A

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

F.D.R

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios

**Establecimiento de una planta procesadora de frutas
en la comunidad Los Robles, Jinotega, Jinotega
periodo 2020 - 2024**

AUTORA

Br. Keyla Paola Valle Gómez.

ASESOR

Lic. MBA. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua, octubre 2019

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

U.N.A

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

F.D.R

Trabajo de Graduación

Plan de Negocios

**Establecimiento de una planta procesadora de frutas
en la comunidad Los Robles, Jinotega, Jinotega
periodo 2020 - 2024**

AUTORA

Br. Keyla Paola Valle Gómez.

ASESOR

Lic. MBA. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua, octubre 2019

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA

FACULTAD DE DESARROLLO RURAL

Trabajo de graduación

Plan de negocio

Establecimiento de una planta procesadora de frutas en
la comunidad Los Robles, Jinotega, Jinotega periodo
2020-2024

Trabajo sometido a consideración por el honorable comité
examinador de la Facultad de Desarrollo Rural de la
Universidad Nacional Agraria para optar al grado de:

Licenciatura en Agronegocios

AUTORA

Br. Keyla Paola Valle Gómez.

ASESOR

Lic. MBA. José Francisco Bravo M.

Managua, Nicaragua

Managua Nicaragua, octubre 2019

Hoja de aprobación
Universidad Nacional Agraria
Facultad de Desarrollo Rural
Vice Decanatura

Este trabajo de graduación fue evaluado y aprobado por el honorable comité examinador designado por la decanatura de la Facultad de Desarrollo Rural como requisito parcial para optar al título profesional de Licenciatura en Agronegocios.

Miembros del Comité Examinador

Dr. Elgin Vivas Viachica
Presidente

MSc. Adriana Montenegro Morales
Secretaria

MSc. Ileana Castellón Rodríguez
Vocal

MBA. José Francisco Bravo Martínez
Asesor

Sustentante:

Br. Keyla Paola Valle Gómez

Lugar y Fecha (día/mes/año): _____

INDICE DE CONTENIDO

SECCIÓN	PÁGINA
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Índice de cuadros	iii
Índice de figuras	v
Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
II. Objetivos	5
III. Metodología	6
IV. Naturaleza del negocio	11
V. Plan de mercado	15
VI. Plan de producción	43
VII. Plan organizacional	56
VIII. Plan financiero	72
IX. Plan ambiental	91
X. Conclusiones	94
XI. Recomendaciones	95
XII. Bibliografía	96
XIII. Anexos	97

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de tesis principalmente a Dios quien me guía e ilumina mi camino, él nunca me abandona, me proveyó de perseverancia, sabiduría y voluntad necesaria para la culminación de mi carrera; Licenciatura en Agronegocios.

A mi madre **Nidia Gómez Suarez** porque ha sido mi sostén y aun con todas las limitaciones, me ha apoyado incondicionalmente y en los momentos difíciles de mi vida nunca me abandonó. Gracias por apoyarme, motivarme a asumir retos y vencer obstáculos para alcanzar mis metas.

A **Pedro Pablo Treminio** que ha sido mi segundo padre, por su apoyo emocional, económico, por sus consejos y regaños que han sido oportunos y de mucho provecho en mi vida.

A mis hermanos y familiares que de una u otra manera se han involucrado en mis estudios expresándome palabras de motivación y de apoyo en todo momento.

Br. Keyla Paola Valle Gómez.

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios, quien ha sido mi mejor maestro y guía, por dotarme de salud, sabiduría y fortaleza para superar los obstáculos durante los cinco años incluyendo la redacción, presentación y defensa del trabajo de culminación de estudio.

A mi familia que me han apoyado no sólo económicamente, sino emocionalmente al confiar en mí, transmitiéndome seguridad y fortaleza.

Agradezco a mi amigo y asesor de tesis **Lic. MBA. José Francisco Bravo** por su apoyo, su visión crítica, sus consejos, influyendo en mi formación como persona y como profesional, hasta la finalización de mi trabajo para optar al título de licenciada en la carrera de Agronegocios.

Gracias a cada uno de los maestros que contribuyeron con la transmisión de conocimientos y consejos durante los cinco años de la carrera en especial al profesor **Luis Felipe Cardoza Jirón** por su amistad en estos 5 años de la carrera.

A cada uno de mis compañeros que de una u otra manera me demostraron su apoyo en especial a **Irayda Guadalupe Castillo Mena** y **Cristian Rodolfo García Vado**, por su compañía en el proceso de investigación.

Agradezco a todos mis amigos por el apoyo incondicional, por el cariño brindado en los buenos y en los malos momentos.

Br. Keyla Paola Valle Gómez.

ÍNDICE DE CUADROS

SECCIÓN	PÁGINA
Cuadro 1. Matriz FODA de GOMESA	13
Cuadro 2. Descripción néctar de maracuyá	16
Cuadro 3. Descripción néctar de naranja.....	17
Cuadro 4. Descripción néctar de limón	18
Cuadro 5. Descripción néctar de piña	19
Cuadro 6. Descripción néctar de mango.....	20
Cuadro 7 . Demanda potencial proyectada para el periodo 2020-2024.....	34
Cuadro 8. Proyección de oferta para el periodo 2020- 2024	34
Cuadro 9. Balance Oferta - Demanda.....	34
Cuadro 10. Proyecciones de ventas	35
Cuadro 11. Plan de publicidad de la planta	38
Cuadro 12. Requerimientos de la materia prima	48
Cuadro 13. Requerimientos de insumos	49
Cuadro 14. Presupuesto de herramientas y utensilio de trabajo	49
Cuadro 15. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina	49
Cuadro 16. Cobertura de ventas para el primer año.....	50
Cuadro 17. Disponibilidad de las frutas	51
Cuadro 18. Proveedores de las frutas naranja y limón	52
Cuadro 19. Proveedores de las frutas mango y maracuyá	52
Cuadro 20. Proveedores de las frutas piña y naranja.....	52
Cuadro 21. Proveedor de insumo	52
Cuadro 22. Proveedor de maquinaria y utensilios.....	52
Cuadro 23. Proyecciones de producción de néctares.....	54
Cuadro 24. Ficha de cargo del Responsable del negocio.	59
Cuadro 25. Ficha de cargo del jefe de producción.....	61
Cuadro 26. Ficha de cargo del Supervisor	63
Cuadro 27. Ficha de cargo del vendedor	64
Cuadro 28. Ficha de cargo del operario	66
Cuadro 29. Ficha de cargo del Ayudante	68
Cuadro 30. Ficha de cargo del personal de seguridad.....	69
Cuadro 31. Plan de capacitación del personal	70
Cuadro 32. Proyecciones de ingreso por venta de néctar	73
Cuadro 33. Plan global de inversión	74
Cuadro 34. Tabla de origen y destino de fondos	74
Cuadro 35. Presupuesto inversión fija.....	75
Cuadro 36. Presupuesto de herramientas y utensilio de trabajo	75
Cuadro 37. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina	76
Cuadro 38. Presupuesto de infraestructura	76
Cuadro 39. Presupuesto de Inversión diferida.....	77
Cuadro 40. Presupuesto de Capital trabajo	77

Cuadro 41. Presupuesto de materia prima.....	78
Cuadro 42. Presupuesto consolidado de mano de obra directa	78
Cuadro 43. Presupuesto Costos directo	79
Cuadro 44. Presupuesto de costos indirectos fabricación	79
Cuadro 45. Presupuesto de costos indirectos fabricación	79
Cuadro 46. Presupuesto Gastos operativos	80
Cuadro 47. Presupuesto Gastos operativos	80
Cuadro 48. Flujo de efectivo proyectado 2020-2024	82
Cuadro 49. Estado de resultado proyectado 2020-2024	83
Cuadro 50. Balance General proyectado 2020-2024	84
Cuadro 51. Punto de equilibrio	86
Cuadro 52. Análisis de sensibilidad del estado de resultado	88
Cuadro 53. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.	89
Cuadro 54. Impacto ambiental.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

SECCIÓN	PÁGINA
Figura 1. ubicación del negocio.	6
Figura 2. Logotipo	11
Figura 3. Edad de los encuestados	24
Figura 4. Sexo de los encuestados	24
Figura 5. Escolaridad	25
Figura 6. Consumo	25
Figura 7. Sabor consumido	26
Figura 8. Presentación preferida	26
Figura 9. Envase de preferencia	27
Figura 10. Frecuencia de consumo	27
Figura 11. Precio con que lo adquiere	28
Figura 12. Donde lo compra	28
Figura 13. Si le ofertáramos un producto nuevo nos compraría	29
Figura 14. Sabores de néctares	29
Figura 15. Presentación del producto	30
Figura 16. Tipo de envase que nos compraría	30
Figura 17. Cuanto compraría	31
Figura 18. Frecuencia con la que lo compraría	31
Figura 19. Establecimiento de venta	32
Figura 20. Canales de comercialización	38
Figura 21. Análisis de la copetencia	40
Figura 22. Flujograma de la elaboración de néctares naturales de “GOMESA”.	47
Figura 23. Diseño de la planta	53
Figura 24. Organigrama “GOMESA”	57
Figura 25. punto de equilibrio	86

ÍNDICE DE ANEXOS

SECCIÓN	PÁGINA
Anexos 1. Requerimiento materia prima semanal	97
Anexos 2. Requerimientos de insumo semanal	97
Anexos 3. Adquisición de dotación.....	97
Anexos 4. Presupuesto de consolidado salarial de mano de obra directa mensual	98
Anexos 5. Presupuesto de consolidado mano de obra indirecta mensual	98
Anexos 6. Prestaciones Sociales	98
Anexos 7. Tabla de consumo y el costo total de energía en la empresa	98
Anexos 8. Tabla de consumo y el costo total de agua potable en la empresa	99
Anexos 9. Presupuesto gasto de ventas	99
Anexos 10. Presupuesto de gasto de administración	100
Anexos 11. Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo.....	101
Anexos 12. Presupuesto para la construcción de la planta.....	102
Anexos 13. Depreciación de herramientas o utensilio de trabajo	103
Anexos 14. Depreciaciones de maquinaria y equipo	103
Anexos 15. Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	104
Anexos 16. Depreciación infraestructura	104
Anexos 17. Depreciación Camión.....	104
Anexos 18. Amortización inversión diferida	105
Anexos 19. Amortización de préstamo capital de trabajo	105
Anexos 20. Amortización de préstamo inversión fija.....	107
Anexos 21. Encuesta	109

Resumen

Plan de negocios

Establecimiento de una planta procesadora de frutas en la comunidad los robles, Jinotega, Jinotega para el año 2020-2024

Br. Keyla Paola Valle Gómez. kvpaolagomez@gmail.com Asesor. José Francisco Bravo Martínez. josefranbravo04@yahoo.es

El presente documento contiene un plan de negocio para el establecimiento de una planta procesadora de frutas en la comunidad Los Robles, del municipio de JINOTEGA, Departamento de JINOTEGA. El objetivo del plan de negocio es determinar la **viabilidad, factibilidad y rentabilidad** de la planta a nivel industrial para **comercializar** néctares naturales. El plan se ha trabajado con todos sus componentes como son: La naturaleza del negocio, modelo del negocio en la que se muestran elementos que identifican a la planta, el plan de mercado en el que se estima que la demanda de néctares es de **1, 519,136.92**, en el primer año. La metodología utilizada es la encuesta dirigida a los elementos muestrales de la población del municipio de Jinotega. Para la recopilación de información a través de la que se definieron precios y las proyecciones de ventas, en el plan de producción, se especifican los requerimientos para el manejo del negocio, en el plan organizacional se muestra el diseño de la estructura organizacional, los cargos y funciones del personal y el plan financiero determina la inversión inicial del negocio la que se estima en C\$2,586,488 córdobas, un VAN negativo de -144,241,652.83 demostrándose que el negocio, no es rentable finalizando con un plan ambiental en el que se expresan las acciones de mitigación que se ejecutaran para contribuir con la protección del medio ambiente.

Palabras claves: viabilidad, factibilidad y rentabilidad, comercializar

Abstract

Business plan

Establishment of a fruit processing plant in the Los Robles community, Jinotega, Jinotega for the year 2020-2024.

Br. Keyla Paola Valle Gómez. kvpaolagomez@gmail.com Adviser. José Francisco Bravo Martínez. josefranbravo04@yahoo.es

This document contains a business plan for the establishment of a fruit processing plant in the Los Robles community, in the municipality of JINOTEGA, Department of JINOTEGA. The objective of the business plan is to determine the viability, feasibility and profitability of the plant at the industrial level to market natural nectars. The plan has worked with all its components such as: The nature of the business, business model that shows elements that identify the plant, the market plan in which it is estimated that the demand for nectars is 1, 519,136.92, in the first year. The methodology used is the survey aimed at the sample elements of the population of the municipality of Jinotega. For the collection of information Through which they were defined, prices, and sales projections, in the production plan, the aspects and requirements for business management are specified, the organizational plan shows the design of the organizational structure, the positions and functions of the personnel and the financial plan determines the initial investment of the business which is estimated at C \$ 2,586,488 cordobas, a negative NPV of -144,241,652.83 proving that the business is not profitable ending with an environmental plan in which the mitigation actions to be carried out to contribute to the protection of the environment.

Keywords: viability, feasibility, profitability and commercialize.

I. Introducción

Nicaragua es un verdadero paraíso en la producción de frutas apetitosas, las hay de muchos y diferentes colores, tonalidades, de numerosas formas y de muy variados gustos y usos. Las tantas frutas nicaragienses, conocidas o exóticas, pueden ser una fuente inagotable de experiencias y degustación para visitantes extranjeros, o para los mismos nacionales. (Barbeau, 1990)

Nicaragua es un país donde los tiempos van cambiando y se han perdido diferentes hábitos, uno de ellos es el consumo de néctar y refrescos naturales, por la facilidad de obtener los néctares que son ofertados como productos naturales, pero la realidad es que contienen preservantes, otro producto que también es común para acompañar los alimentos, son las bebidas carbonatadas, olvidando que consumirlos constantemente afectan la salud. El enfoque de GOMESA es fomentar el consumo de néctares naturales, los médicos aconsejan consumir frutas por sus vitaminas, minerales y antioxidantes, los néctares son una alternativa práctica para consumir frutas. De esta manera, a través de este producto, al cliente se le ofrece una alternativa sana, al ofrecerle productos sabrosos y no productos con sabores desagradables como sucede generalmente con las dietas y los alimentos saludables. Debido a esta problemática en nuestra sociedad nace la necesidad de establecer una planta procesadora de néctares naturales extraídos de frutas frescas de la zona para brindar la oportunidad de un máximo aprovechamiento de la materia prima utilizando todos los recursos disponibles.

El presente plan de negocio está orientado a dar las pautas para mejorar la distribución y comercialización de néctares naturales en diferentes zonas de Nicaragua donde se tomarán muestras aleatorias en los distintos lugares para determinar la factibilidad y viabilidad del establecimiento de una planta procesadora en la comunidad Los Robles departamento de Jinotega.

El Plan de negocio cuenta con las estrategias, objetivos y acciones de las áreas de mercadeo, producción, organización, económica y evaluación del impacto ambiental, que se impulsarán para mejorar el nivel de vida de las familias de la comunidad Los Robles.

La estructura de plan de negocios es la siguiente:

Naturaleza de negocio, que contiene: Nombre del negocio, logotipo, lema, visión, misión, un análisis FODA, que permite definir la situación actual del negocio.

Plan de mercado define las características del mercado al que estará dirigido el producto, se analizarán: la demanda, la oferta, el precio y los canales de comercialización óptima para la distribución y venta de jugos naturales.

Plan de producción, se elabora a partir del estudio técnico para determinar: los tipos de insumos que se le aplican a las frutas que estarán destinadas a la transformación y comercialización.

Plan organizacional, contiene el diseño de la estructura organizacional y la descripción de las funciones de cada cargo que requiere el negocio para garantizar el funcionamiento eficiente.

Plan financiero: En este se abordan todos los aspectos relacionados con los presupuestos de las diferentes inversiones fijas, diferidas y de capital de trabajo, así mismo se detallan los costos y gastos proyectados del negocio.

Plan de impacto ambiental: El plan de impacto ambiental contiene el análisis del impacto que ocasionará la instalación y funcionamiento de la planta procesadora.

Antecedentes

La idea de establecer una planta procesadora de frutas en la comunidad Los Robles, departamento de Jinotega, surge en el mes de julio del año 2017, un grupo de cuatro estudiantes de la carrera de licenciatura en agro-negocio realizaban prácticas preprofesionales en la finca El Peten de dicha comunidad, y luego de conversar con el Ing. Byron Corrales quien fue la persona que definió el tema.

Durante ese mes se conversó con los productores de la zona, quienes expresan la situación relacionada a las frutas que producen, enfatizando que venden las frutas a comerciantes que compran a bajos precios y ellos expresan que, aunque son frutas asociadas con el café y no tienen un costo de producción alto no es justo, el precio de venta que obtienen. Por tal motivo luego de finalizar las prácticas, es que una de las integrantes del equipo, decidió elaborar un plan de negocio y determinar la viabilidad y rentabilidad del establecimiento de una planta procesadora de frutas en la comunidad Los Robles.

Justificación

El establecimiento de la planta procesadora de frutas surge por la abundancia de frutas que existe en la comunidad Los Robles y en época de cosechas son vendidas a bajos precios, el objetivo es aprovechar la materia prima para agregarle valor, en el proceso de transformación y obtener un producto original, representando una idea innovadora, debido a que no existe en la comunidad ninguna empresa que se dedique a la producción y venta de una gran variedad de néctares naturales personalizados según las necesidades de los clientes. Sin embargo, esta idea también implica alto nivel de riesgo, porque los equipos de la planta procesadora requieren de una gran inversión, generando incertidumbre, relacionada con la recuperación de capital. “GOMESA” pretende como agroindustria en el futuro no solamente procesar frutas, sino otros productos del sector agropecuario, para aprovechar el potencial existente en la zona.

Razones que justifican el proyecto

1. Existe disponibilidad de frutas en la zona para ser procesadas.
2. Satisfacer las necesidades de los segmentos de distribuidores de néctares.
3. Incremento en el desarrollo económico de los emprendedores del negocio.
4. Constituye una alternativa para la generación de nuevos empleos, que beneficiará a la población, contribuyendo con el desarrollo de las familias.
5. La planta procesadora de frutas se convertiría en el comprador potencial de las frutas que producen los pequeños productores de la zona, beneficiándolos al pagarles precios justos por sus productos.

II. Objetivos

2.1. General:

- Elaborar un plan de negocios que determine la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de una planta procesadora de frutas en la comunidad Los Robles, Jinotega, Jinotega para el periodo 2020-2024

2.2. Específicos:

- Realizar un plan de mercado que demuestre la viabilidad del establecimiento de una planta procesadora de frutas
- Realizar un plan de producción para definir la factibilidad del establecimiento de la planta procesadora de frutas.
- Diseñar la estructura organizacional, los cargos y funciones del personal que requiere el negocio.
- Elaborar un plan financiero que determine la rentabilidad del establecimiento de la planta procesadora de frutas.
- Diseñar un plan de evaluación de impacto ambiental que minimice los efectos negativos del establecimiento de la planta en la comunidad Los Robles, Jinotega, Jinotega.

III. Metodología

El trabajo realizado es un plan de negocio, el que se considera como trabajo especial, según el Reglamento académico estudiantil de la UNA, el trabajo especial se realiza en dos fases: fase inicial, fase final.

3.1. Ubicación del negocio



Figura 1. Ubicación del negocio.

La comunidad Los Robles pertenece al municipio de Jinotega departamento de Jinotega situado en Nicaragua a 179 km de Managua (3 horas por la carretera panamericana Norte y el Guayacán), cerca de esta comunidad se encuentra el lago de Apanás y el Cerro el Chimborazo, su clima es subtropical, estaciones: invierno y verano, frescos en las montañas y húmedo hacia la costa atlántica.

La comunidad Los Robles, cuenta con una población de 4000 habitantes, que se dedican a la producción de hortalizas, existe turismo de naturaleza, agroturismo y se dedican a la producción de café, destinando gran parte del producto a la exportación.

Población

El universo, objeto de estudio de la presente investigación está conformada por los habitantes del municipio de Jinotega con una población total de 452,973 habitantes existentes en la zona y de los productores de frutas con un total de 30 productores en la zona.

Muestra para los consumidores

Dentro del segmento de la población que se tomó en cuenta para esta investigación es a las personas que consumen el producto que se está ofreciendo con mayor frecuencia para así poder determinar la viabilidad de la planta.

Al realizar la formulación nos da como resultado una muestra de 384 encuesta la cual la disminuimos para aplicarla a 70 personas las que, fueron seleccionadas aleatoriamente en diferentes zonas centrales del municipio de Jinotega.

$$\begin{aligned} N &= \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \times p \times q} \\ N &= \frac{1.96^2 \times 50 \times 50 \times 452,973}{5^2 (452,973 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50} \\ N &= \frac{3.8416 \times 50 \times 50 \times 452,973}{25 (452,972) + 3.8416 \times 50 \times 50} \\ N &= \frac{4,350,352,692}{11,333,904} \\ N &= 384 \end{aligned}$$

Nota: Para la elaboración de las encuesta se tomó la decisión de una cifra por conveniencia la cual fue de 70 encuestado.

Muestra para los productores

Para la segunda población se tomó en cuenta a los productores de la zona que cumplen con los siguientes criterios: productores de fruta, que son de la comunidad o de a los alrededores y que estén dispuesto a vender su producción a la planta.

Al realizar la formulación nos da como resultado una muestra de 28 encuesta lo cual solamente la aplicamos a 6 productores siendo esta por conveniencia.

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$N = \frac{1.96^2 \times 50 \times 50 \times 30}{5^2 (30 - 1) + 1.96^2 \times 50 \times 50}$$
$$N = \frac{3.8416 \times 50 \times 50 \times 30}{25 (29) + 3.8416 \times 50 \times 50}$$
$$N = \frac{288,120}{10,329}$$
$$N = 28$$

Nota: Para dicha formulación se tomó la población total de los productores de la comunidad los cuales eran 30 en su totalidad, pero por conveniencia la entrevista se elaboró a 6 productores de la comunidad.

3.2. Diseño metodológico

La metodología y el instrumento utilizado permitieron la obtención de información clara y precisa lo cual contribuye para el seguimiento del proyecto y la elaboración de los diferentes planes que lo conforman.

3.3. Fases metodológicas

3.3.1. Primera fase: Elaboración de protocolo

- Identificación de idea de negocios: Utilizando el método de lluvia de ideas, se generaron tres, de las que se recopiló información básica, procediéndose a seleccionar la mejor idea de negocio, que satisfaga necesidades y brinde oportunidades.
- Recopilación de información secundaria: se recopiló información de documentos e investigaciones referentes al tema en estudio y luego se procedió a diseñar el instrumento a utilizar en la etapa de campo, que consiste en una encuesta a los pobladores de la zona central del departamento de Jinotega.
- Revisión del primer borrador: se elaboró el primer borrador **protocolo** y fue sometido a revisión por parte del asesor para mejorar el documento e incorporando las correcciones.
- Presentación del segundo borrador: una vez concluido el segundo borrado **protocolo** e incorporadas las propuestas de mejoras.
- Presentación de protocolo: teniendo el documento terminado fue revisado para la inscripción formal de este.

3.3.2. Segunda etapa de investigación

- Reproducción y aplicación de la encuesta (etapa de campo): se les realizó a 70 consumidores de las diferentes zonas centrales del municipio de Jinotega para obtener información complementaria de importancia para la elaboración del documento.
- Entrevista a productores de la comunidad para conocer el nivel de producción de frutas.
- Procesamiento de dato: utilizando el programa SPSS, se realizó la tabulación.
- Tomando como referentes, los resultados obtenidos de la tabulación se realizó el análisis de datos para la toma de decisiones.

- Diseño de la naturaleza del negocio: Se procedió a la identificación de la naturaleza del negocio.
- Elaboración de plan Mercado que describe: Objetivos, instrumento a utilizar para el estudio de mercado (encuesta), Canales de distribución y venta, precios, Proyecciones de ventas, publicidad.
- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Estructuración de plan de Producción que sintetiza: Objetivos, Insumos, Equipos y Herramienta, localización de proveedores, rendimiento, proceso producción, diversificación, características del producto etc.
- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Diseño de plan financiero que conforma: Objetivos, ingresos por venta, Presupuesto inversión fija, inversión diferida y gastos pre-operatorios, flujo de efectivo, balance general, estado de resultados, análisis de sensibilidad del estado de resultado.
- Revisión por parte del asesor y se Anexo las recomendaciones
- Pre-defensa.
- Incorporación de sugerencias al documento final.
- Defensa.
- Agregar recomendaciones del comité examinador.
- Entrega de documento final.

IV. Naturaleza del negocio

4.1. Nombre:

Planta procesadora de frutas “**GOMESA**” el nombre del negocio está formado por los apellidos de la emprendedora de la idea de negocios y el del posible socio.

4.1.2. Marca

Del campo, esta marca ha sido elegida debido a que los néctares serán elaborados en una zona rural donde el ambiente es acorde con el nombre de la marca.

4.1.3. Logotipo



Figura 2. Logotipo

4.1.4. Lema

El sabor de tus días

4.1.5. Colores:

El naranja o amarillo: Representan los derivados de la vitamina A) nutren y protegen la piel principalmente. Por tanto, tienen la capacidad de reducir la flacidez de la piel y las arrugas. Por otra parte, también colaboran en la mejora de la función inmune y en reducir el riesgo de padecer enfermedades del corazón, cáncer y problemas de la vista. Las zanahorias, el mango, las naranjas, los melocotones, el maracuyá.

Café: Este color en las letras representa a nuestra madre tierra, que, en ella se cultivan los alimentos del sector agrario.

Verde: expresa el color del campo donde se produce materia prima cuando la naturaleza lo permite.

4.1.6. Visión

Ser una empresa líder y comprometida con la calidad de nuestros néctares y eficiencia de los servicios, logrando un crecimiento basado en los criterios de sostenibilidad, y diversificación de una oferta y confianza de nuestros empleados, clientes y proveedores.

4.1.7. Misión

Somos una planta procesadora dedicada a la producción y comercialización de néctares naturales de frutas con tecnología de punta que nos permite garantizar, las propiedades organolépticas calidad, buen color, olor, sabor de los néctares, a precios accesibles. Contamos con instalación adecuada, nos caracterizamos por pertenecer a una generación consiente de la necesidad de conservar y proteger el medio ambiente, garantizar condiciones laborales para los colaboradores de la planta procesadora que permita ofertar productos de calidad a los clientes.

4.1.8. Análisis FODA

Cuadro 1. Matriz FODA de GOMESA

El análisis **FODA** se realizó a partir del objetivo general y luego se procedió a identificar las **Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas** de dicho objeto, esto nos permite conocer la situación de la empresa mediante el análisis de determinadas variables.

Objetivo estratégico	Oportunidad	Amenaza
1. Posicionar a GOMESA como la primera en la transformación de frutas a néctares naturales en la zona norte del país.	<ul style="list-style-type: none"> • Producto necesario para la buena alimentación. • Cambio en marca de consumidores. • Mercado latente. • Alianza con los productores para la facilidad de materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones variables adversas. • Que la competencia tenga un mejor posicionamiento en el mercado. • Falta de crédito. • Producto sustituto.
Fortalezas	Estrategia (FO)	Estrategia (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Posición geográfica apropiada. • Fácil acceso a la planta. • Producto y servicio de calidad. • Se cuenta con servicios básicos como agua y luz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizará convenios Con comercializadores. • Ampliación de las Instalaciones. • Capacidad del sistema de producción. • Poder de negociación con los proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar recursos a Entidades bancarias. • Realizar promociones de néctares en diferentes puntos estratégicos. • Gestionar la autorización del funcionamiento de la Planta procesadora.
Debilidades	Estrategia (DO)	Estrategia (DA)
<ul style="list-style-type: none"> • Producto de poca duración. • Falta de crédito • Falta de transporte propio para el traslado del producto. • No se cuenta con registro sanitario y de marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr satisfacer la Demanda de néctares • Alianza con proveedores de frutas básicas (Maracuyá, Naranja, limón, Piña y mango) para la elaboración de néctares. • Contratación de personal competente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el uso de los equipos de seguridad e higiene de trabajo • Monitorear el control de Higiene de las instalaciones. • Reforestaciones en la zona de los robles.

Fuente: Elaboración propia

Ventajas Competitivas

- Precio competitivo.
- Calidad del producto.

V. Plan de mercado

5.1 Objetivos

5.1.1 Objetivo a corto plazo (2020 y 2021)

- Implementar la estrategia de penetración de mercado ampliando la cobertura del municipio de Jinotega.
- Vender en el primer año **1, 519,136.92** y en el segundo **1, 561,672.75** unidades de néctares naturales en sus diferentes presentaciones en el municipio de Jinotega.
- Distribuir los productos de la empresa a través de las pulperías y kiosko escolares en el municipio de Jinotega.

5.1.2 Objetivo a mediano plazo (2022 y 2023)

- Aumentar las ventas en un 5% en los años 3 y 4 de operación.
- Vender en el tercer año **1,605,399.59** y en el cuarto año **1,650,350.77** unidades de néctares naturales en sus diferentes presentaciones

5.1.3 Objetivo a largo plazo

- Mantener el incremento de las ventas de néctares en un 5% para el quinto año de operación.
- Vender en el quinto año **1, 696,560.60** unidades de néctares naturales en sus diferentes presentaciones.
- Implementar la estrategia de desarrollo de producto, por medio del lanzamiento de un nuevo producto con sabor a Mandarina en al año 2024.
- Aplicar la estrategia de desarrollo de mercado estableciendo 2 puestos de ventas en el municipio de san Rafael del norte para finales del año 2024.

Nota: Las cifras representadas en los diferentes objetivos salen del presupuesto de las proyecciones de venta y las presentaciones son de 12 onzas, 8 onzas, litro y galón.

5.2 Descripción de los productos

Cuadro 2. Descripción néctar de maracuyá

Nombre del producto.	Néctar de maracuyá
• Utilización.	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica, puede consumirse en combinación con otros productos, como por ejemplo los alimentos del desayuno, del almuerzo y de la cena, para refrescarse o en reuniones familiares.
• Materiales con los que está elaborado.	Pulpa de Maracuyá, agua, azúcar, y conservante natural
• Características físicas (sabor, color, peso, tamaño, etc.).	Las características físicas principales del néctar son las siguientes: su sabor es agridulce, su color es amarillento. El peso, según su presentación de: 240 ml, 355 ml, 500 ml, 1000 ml, y 5000 ml y su tamaño será de 8 oz, 12 oz, ½ lt, lt y galón.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	El néctar se empacará en envase de plástico transparente, caja y lata con una etiqueta colorida que represente la marca del néctar, para ser trasladado se ocuparán cajas que contenga 30 unidades el embalaje varía según el tamaño del envase
• Tiempo de duración	Entre 15 a 20 días con conservante natural y en temperatura ambiente
• Ventajas y beneficios.	Contiene propiedades medicinales, aporta al organismo nutrientes como vitamina A y C, Potasio, Calcio, Fibra y Hierro, libre de grasa y colesterol, no tiene efectos nocivos al ser ingeridos
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Cuando se consume en exceso, la maracuyá también puede causar somnolencia.
Observaciones	Los néctar, se deben almacenar en lugares frescos o refrigeración

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 3.Descripción néctar de naranja

Nombre del producto.	Néctar de Naranja
• Utilización.	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica, puede consumirse en combinación con otros productos, como por ejemplo los alimentos del desayuno, almuerzo y cena o para reuniones familiares.
• Materiales con los que está elaborado.	Pulpa de Naranja, agua, azúcar, conservante natural y estabilizante.
• Características físicas (sabor, color, olor, peso, tamaño, etc.).	Las características físicas principales del néctar son las siguientes: su sabor es agrídulce totalmente natural, su color es amarillo-naranja, tiene aroma natural originada por la naranja, el peso según su presentación será de 240 ml, 355 ml, 500 ml, 1000ml, y 5000 ml, su tamaño será de 8 oz, 12 oz, ½ lt, lt y galón.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	El néctar se empacará en envase de plástico transparente, caja y lata con una etiqueta colorida que represente la marca del néctar, para ser trasladado se ocuparán cajas que contenga 30 unidades el embalaje varía según el tamaño de los envases.
• Tiempo de duración	2 meses con conservante natural y en temperatura ambiente.
• Ventajas y beneficios.	Ayuda a reducir el colesterol, Mantiene la piel sana, Previene los cálculos renales, fortalece el sistema inmunológico, alto en vitamina c
Desventajas y perjuicios que pueda causar	La naranja contiene una gran cantidad de fructosa. El exceso de la misma puede engañar al metabolismo y hacernos subir de peso.
Observaciones	Para los que toman néctar de naranja, se recomienda enjuagarse la boca con agua inmediatamente después de consumirlo, pero sin cepillarse debido a su alto nivel de ácidos, (hay que esperar 30 minutos para hacerlo). "Si te lavas enseguida, dañarás la capa de esmalte de tus dientes.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4. Descripción néctar de limón

Nombre del producto.	Néctar de Limón
• Utilización.	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica, puede consumirse en combinación con otros productos, como por ejemplo los alimentos del desayuno, almuerzo y cena o para reuniones familiares.
• Materiales con los que está elaborado.	Pulpa de Limón, agua, azúcar, y conservante natural
• Características físicas (sabor, color, peso, tamaño, etc.).	Las características físicas principales del néctar son las siguientes: su sabor es ácido, su color es verde claro, el peso según su presentación será de 240 ml, 355 ml, 500 ml, 1000ml, y 5000 ml. su tamaño será de 8 oz, 12 oz, ½ lt, lt y galón.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	El néctar se empacará en envase de plástico transparente, caja y lata con una etiqueta colorida que represente la marca del néctar, para ser trasladado se ocuparán cajas que contenga 30 unidades el embalaje varía según el tamaño de los envases.
• Tiempo de duración	1 mes con conservante natural y en temperatura ambiente.
• Ventajas y beneficios.	Contiene vitamina C, alivio de las afecciones respiratorias, alivia el dolor de garganta, contiene potasio, calcio, hierro y taurina, contribuye a combatir la halitosis (mal aliento), contiene fibra pectina.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	Si tienes problemas de reflujo, acidez de estómago, Puede contribuir a la formación de cálculos renales.
Observaciones	Los néctar, se deben almacenar en lugares frescos o refrigeración.

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5. Descripción néctar de piña

Nombre del producto.	Néctar de Piña
• Utilización.	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica, puede consumirse en combinación con otros productos, como por ejemplo en los alimentos del desayuno, almuerzo y cena cada o para reuniones familiares.
• Materiales con los que está elaborado.	Pulpa de Piña, agua, azúcar, y conservante y estabilizante natural
• Características físicas (sabor, color, olor, peso, tamaño, etc.).	Las características físicas principales del néctar son las siguientes: su sabor es agridulce, su color es amarillo claro, con aroma natural de la piña, el peso según su presentación será de 240 ml, 355 ml, 500 ml, 1000ml, y 5000 ml, su tamaño será de 8 oz, 12 oz, ½ lt, lt y galón.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	El néctar se empacará en envase de plástico transparente, caja y lata con una etiqueta colorida que represente la marca del néctar, para ser trasladado se ocuparán cajas que contenga 30 unidades el embalaje varía según el tamaño de los envases.
• Tiempo de duración	1 0 2 meses con conservante natural y en temperatura ambiente.
• Ventajas y beneficios.	Contiene buena fuente de algunas vitaminas y minerales, excelente fuente de vitamina C, vitaminas del grupo B como el ácido fólico, fibra dietética, facilita la digestión en el estómago y en el intestino delgado.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	El contenido alto en fructosa de la piña puede no ser beneficioso para los diabéticos o las personas que tratan de perder peso, comúnmente irrita las membranas mucosas que se encuentran dentro de la boca.
Observaciones	Los néctar, se deben almacenar en lugares frescos o refrigeración y tomarlo sin exceso.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6. Descripción néctar de mango

Nombre del producto.	Néctar de Mango
• Utilización.	Es utilizado para el consumo humano, forma parte de la alimentación básica, puede consumirse en combinación con otros productos, como por ejemplo en los alimentos del desayuno, almuerzo y cena o para reuniones familiares.
• Materiales con los que está elaborado.	Pulpa de Mango, agua, azúcar, y conservante natural
• Características físicas (sabor, color, olor, peso, tamaño, etc.).	Las características físicas principales del néctar son las siguientes: su sabor es característico de la fruta dulce, su color es amarillo, olor característico de la fruta, su el peso según su presentación será de 240 ml, 355 ml, 500 ml, 1000 ml, y 5000 ml. tamaño será de 8 oz, 12 oz, ½ lt, lt y galón.
• Empaque. Etiqueta, Embalaje	El néctar se empacará en envase de plástico transparente, caja y lata con una etiqueta colorida que represente la marca del néctar, para ser trasladado se ocuparán cajas que contenga 30 unidades el embalaje varía según el tamaño de los envases.
• Tiempo de duración	3 meses con conservante natural y en temperatura ambiente.
• Ventajas y beneficios.	Contiene gran cantidad de Vitamina A, tiene correcto metabolismo y en el funcionamiento del sistema nervioso, reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares. Su alto nivel de potasio es importante en la retención de líquidos y en la adecuada actividad muscular, por lo que es muy apto su consumo en deportistas.
Desventajas y perjuicios que pueda causar	El consumo excesivo dispara el índice glucémico y los diabéticos podrían enfrentarse a consecuencias fatales para su salud, tiene efectos laxantes.
Observaciones	Los néctar, se deben almacenar en lugares frescos o refrigeración.

Fuente: Elaboración Propia

5.3 Investigación de mercado.

La investigación de mercados es el proceso que comprende las acciones de identificación, recopilación, análisis y difusión de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones de marketing. Su implementación se produce, básicamente, por dos razones: (1) para resolver problemas, por ejemplo, determinar el potencial de un mercado; (2) para identificar problemas, por ejemplo, para conocer por qué un producto no tiene el consumo esperado. En esencia se busca conocer al cliente cumpliendo así con la primera premisa del marketing. (GestioPolis, 2009)

5.4 Procesos de investigación de mercado

5.3.1 Problemas u oportunidad

La comunidad los Robles presenta muchos factores que facilitarían la apertura de las operaciones para comercializar los néctares naturales, cuenta con un excelente servicio de energía eléctrica, agua potable y telecomunicaciones, por parte de las distintas compañías encargadas, para facilitar y prestar las condiciones de la oficina y la planta procesadora, no hay ninguna empresa dedicada a la producción de néctares, lo cual es una oportunidad para el establecimiento de la planta procesadora de frutas, ya que no tendrá competidores.

Tradicionalmente los productores de la comunidad los Robles y poblados aledaños han vendido la producción de frutas en su estado primario, debido, en parte a la falta de desarrollo de iniciativas que le permitieran agregarle valor a su productos, esto se ha dado por la falta de espíritu emprendedor, desconocimientos de los procesos de transformación, la no disponibilidad de capital para realizar las inversiones necesarias relacionadas a la adquisición de herramientas y equipos de trabajo útiles en el procesamiento de sus productos o bien, para el acopio de sus cosechas, que les permitiera comercializarla de forma escalonada, y de esa, manera ofertar cantidades de bienes equilibradas con la demanda, evitando con ello, una saturación de los mercados locales, las debilidades antes mencionadas, obligaron a los productores a vender su producción a precios bajos, obteniendo también bajos niveles de rentabilidad

El establecimiento de una empresa dedicada a los procesos de transformación de las frutas representa una excelente oportunidad para los productores de la comunidad Los Robles y poblados aledaños, porque se convertirán en los principales proveedores de materia prima para dicho negocio, y consecuentemente incrementando sus ingresos y fortaleciendo su economía familiar.

5.3.2 Necesidades de la información

En general se puede decir que hay dos razones u objetivos para implementar una investigación de mercados: (1) generar la información para tener mayor éxito con el marketing de un producto o servicio. (2) generar las alertas del caso para evitar el fracaso al mercaderarlo. Las dos se podrían resumir en una: reducir la incertidumbre para la toma de decisiones. La presente investigación de mercados permitirá satisfacer **la necesidad de información** sobre quiénes son los clientes de los néctares de GOMESA, cómo quieren los néctares, dónde quieren dichos néctares, cuándo los quieren, que cantidad quieren y por qué los quieren. Así mismo la investigación también, permite establecer la posición propia y la de los competidores en el mercado.

5.3.3 Fuentes de información

Fuente primaria:

- Consumidores de refrescos o néctares naturales.

5.4 Instrumento de la investigación

Para la ejecución del proceso de recolección de los datos se diseñó y aplico un instrumento, (encuesta) dirigida a los elementos muestrales de la población del municipio de Jinotega.

La cual contaba con un total de 20 preguntas, clasificadas de la siguiente manera; 2 preguntas cerradas, 5 de identificación, 6 de intención y 7 abiertas, las cuales permitieron elaborar la base o tabulación de datos.

5.5 Análisis de los datos

Antes de hacer el análisis de datos recopilados fue precisa su tabulación haciendo uso del programa Spss teniendo resultados de calidad. Posteriormente se analizaron y se obtuvo información valiosa para la toma de decisiones relacionadas a la demanda, oferta, precio y canales de comercialización de los néctares naturales.

5.6 Elaboración y presentación del informe de resultado

5.6.1 Propósito de la investigación

Determinar la posible demanda de los néctares naturales en el municipio de Jinotega

5.6.2 Método aplicado

El tipo de estudio que se realizó, es descriptivo con un corte transversal, ya que se pretenden evaluar todos los aspectos del plan de negocio para determinar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del establecimiento de una planta procesadora de frutas en la comunidad los Robles en el municipio de Jinotega para el año 2020-2024

5.6.3 El levantamiento de la información

La aplicación de las encuestas se hizo de manera aleatoria a una muestra de 70 personas del segmento de la población que es el objeto de estudio, la cual permitió determinar la viabilidad de la planta. El levantamiento de los datos se realizó en el mes de abril del año 2018, luego se hizo un segundo levantamiento de datos en agosto de ese mismo año.

5.7 Estudio de mercado

5.7.1 Aplicación de encuesta

La aplicación del instrumento se realizó de manera directa, pidiéndoles a las personas encuestadas información necesaria de modo clara y sincera, con el objetivo de obtener resultados precisos y concisos.

5.10 Resultados obtenidos

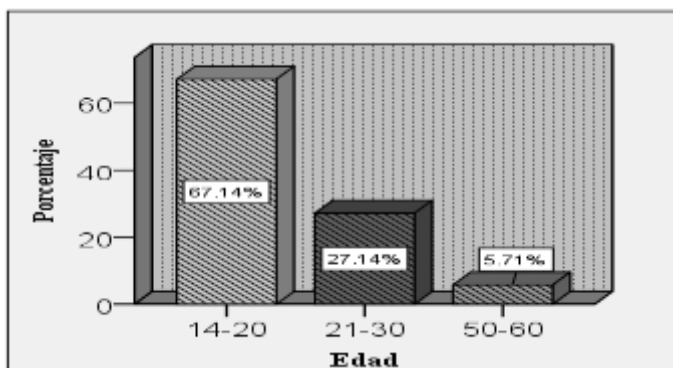


Figura 3. Edad de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el 67.14% de los encuestados son jóvenes comprendidos en el rango de 14 a 20 años de edad. Cabe mencionar que aproximadamente el 60% de la población del municipio de Jinotega son jóvenes según el último censo de población, lo cual permite determinar que estos resultados demuestran que uno del segmento de mercado prioritarios para la nueva empresa son los jóvenes que forman parte de este grupo etario.

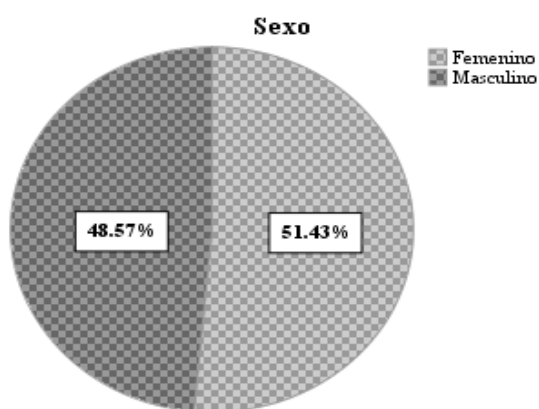


Figura 4. Sexo de los encuestados

Fuente: Elaboración propia

Del total de los encuestados el 51.43% son mujeres y el 48.57% son hombre estos porcentajes se ajustan a la distribución de la población según el censo nacional el que nos indica el género (53.40% mujeres y el resto varones) lo que indica que el principal mercado objetivo y las estrategias de ventas inicialmente estarán enfocadas de acuerdo al porcentaje poblacional que es el 53.4% correspondiente en el género femenino. Lo que indica que un

segmento esencial de la empresa estará compuesto por la persona del sexo femenino, esta situación permitirá que se elaboren campañas publicitarias y estrategias de ventas específicas para este grupo poblacional

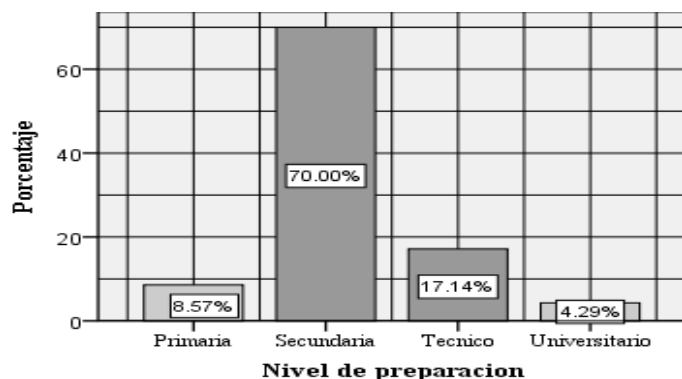


Figura 5.Escolaridad

Fuente: Elaboración propia

El 70% de los encuestados tienen un nivel de escolaridad secundaria, seguido de aquellos que tienen un nivel "técnico" con el 17.1% cabe mencionar que las personas que están cursando la secundaria y educación técnico son en su mayoría jóvenes, esto refuerza los resultados de la figura 3 que hace referencia a los grupos etarios y en la cual se refleja que los jóvenes son un importante segmento de mercado

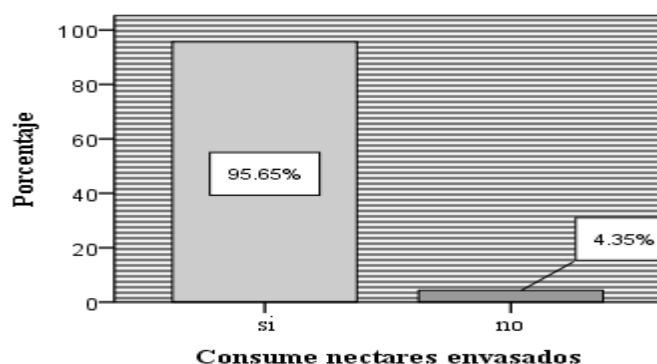


Figura 6.Consumo

Fuente: Elaboración propia

El 95.65% de los elementos muestrales afirmaron que consumen néctares y el restante 4.35% dijeron no consumir estos productos, de estos resultados se podría deducir que los néctares tienen una alta demanda potencial.

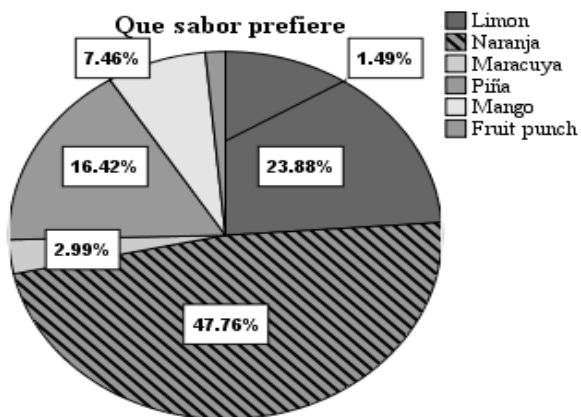


Figura 7.Sabor consumido
Fuente: Elaboración propia

Al preguntársele a los elementos muestrales sobre el sabor que tienen los néctares que consumen, el 47.76% de ellos respondieron que prefieren el sabor de Naranja, seguido del 23.88% que se inclina por el sabor a limón, un 16.42% consume el néctar con sabor a piña y el 11.94% restantes corresponde a la sumatorias de los consumidores que prefieren los néctares con sabor a Mango, Maracuyá y Fruit punch.

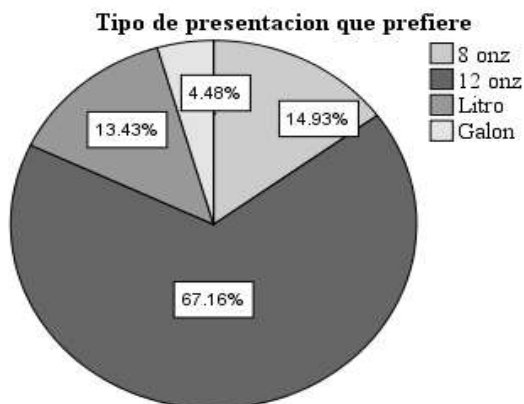


Figura 8.Presentación preferida
Fuente: Elaboración propia

La presentación con mayor preferencia de los consumidores es la de 12 onza con un porcentaje de 67.16%, seguido de la presentación de 8 onzas con el 14.93%, el restante 17.91% corresponde a la presentación de litro y galón.

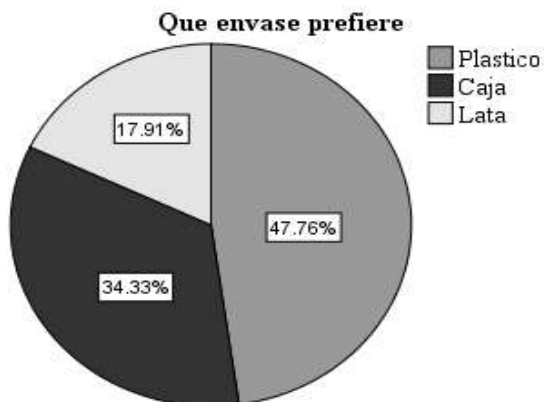


Figura 9. Envase de preferencia

Fuente: Elaboración propia

El envase con mayor preferencia de los consumidores es el de plástico con un porcentaje de 47.76%, seguido 34.33% de caja, el 17.91 corresponde a el envase de lata que es de menor preferencia el envase está determinado por su presentación y sabor.

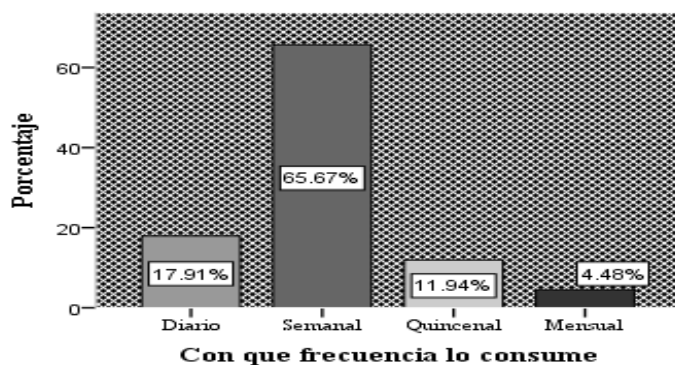


Figura 10. Frecuencia de consumo

Fuente: Elaboración propia

Al preguntarle a los elementos muestrales la frecuencia de consumo el 65.67% de los encuestados consumen más néctares aproximadamente de 1 a 5 semanalmente, seguido del 17.91% que lo hace a diario y el 16.42 muestra la frecuencia quincenal y mensual.

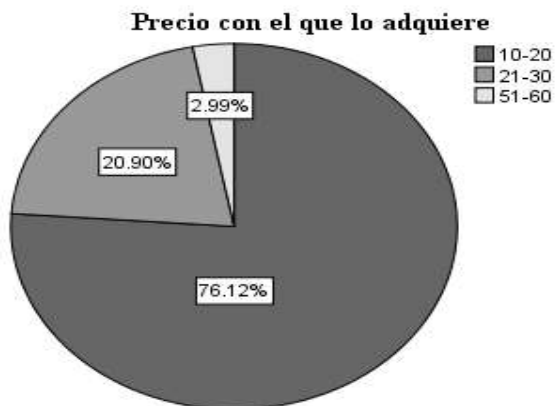


Figura 11. Precio con que lo adquiere

Fuente: Elaboración propia

Según los elementos muestrales opinan que el precio que pagan en las presentaciones de 8 oz y de 12 oz el 76.12% lo adquieren de 10-20 córdobas seguido en la presentación de lt el 20.90% lo compran en un rango de 21-30 y en la presentación de galón el 2.99% de 51-60 córdobas.

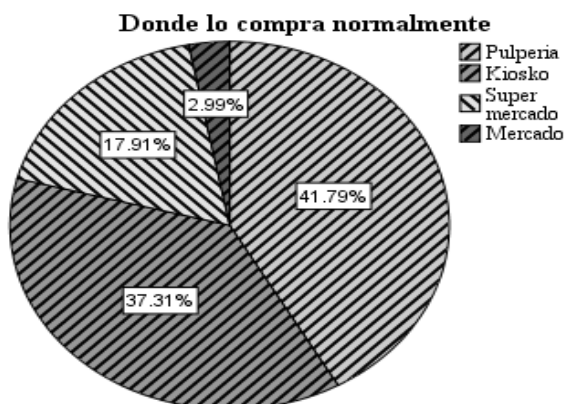


Figura 12. Donde lo compra

Fuente: Elaboración propia

La figura 12. Demuestra que el 41.79% de encuestados argumentaron que compran el producto en las pulperías, un 37.31% los compran en kiosko escolares, por su mayor accesibilidad, y el 20.9% efectúan las compra en el supermercado y mercado.

Consumiría un producto elaborado en la zona

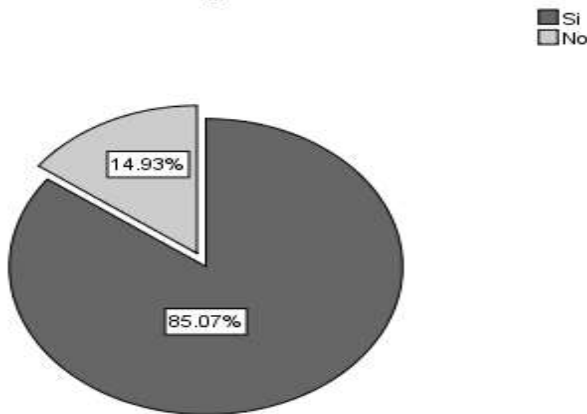


Figura 13. Si le ofertáramos un producto nuevo nos compraría

Fuente: Elaboración propia

La investigación no solo tenía el objetivo de conocer las preferencias actuales de los consumidores asociadas al tipo de néctar que compran, donde lo compran, la frecuencia, el envase que prefieren, la cantidad y el tipo de establecimiento en el que los compran, sino, que además se necesitaba conocer la intención de compra de néctares ofertados por una nueva empresa que incursionaría el mercado jinotegano y los resultados fueron los siguientes

El 85.07% de los elementos muestrales argumentaron que tendría intención de comprar los néctares introducidos al mercado por una nueva empresa, si estos productos cumplieran con los estándares de calidad propuestos y el restante 14.93% no estarían interesados en adquirir dichos productos

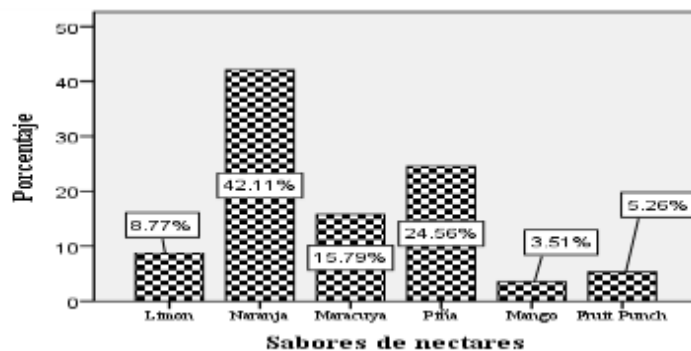


Figura 14. Sabores de néctares

Fuente: Elaboración propia

La figura 14 muestra que el 42.11% de la persona prefieren los néctares de naranja seguido los néctares de piña con 24.56%, un 15.79% prefiere el néctar con sabor a maracuyá y el 17.54 restante se inclina por los sabores a limón, mango y Fruit punch.

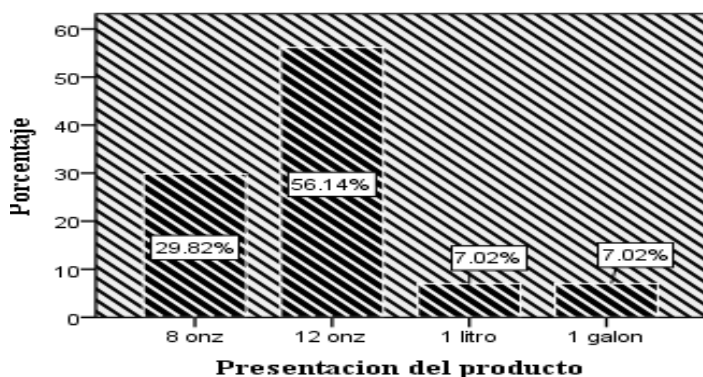


Figura 15. Presentación del producto

Fuente: Elaboración propia

La figura 15 refleja que el 56.14% de los encuestados prefieren el producto en la presentación de 12 onza, el 29.82% seleccionaron la presentación de 8 onza y el 14.04% eligió la de 1 litro y galón, se debe mencionar que los resultados de esta pregunta son similares a los resultados expresado en la figura 9.

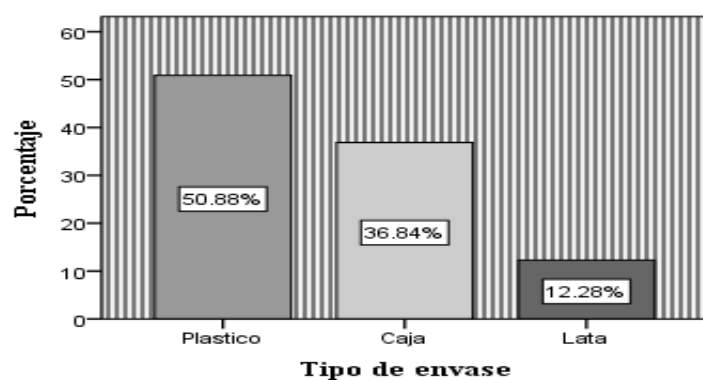


Figura 16. Tipo de envase que nos compraría

Fuente: Elaboración propia

Se les pregunto a los elementos muestrales el tipo de envase del producto que comprarían y el 50.88% respondieron que envase de plástico, seguida de la caja con un 36.84% y el 12.28% restante se inclinaron al envase de lata.

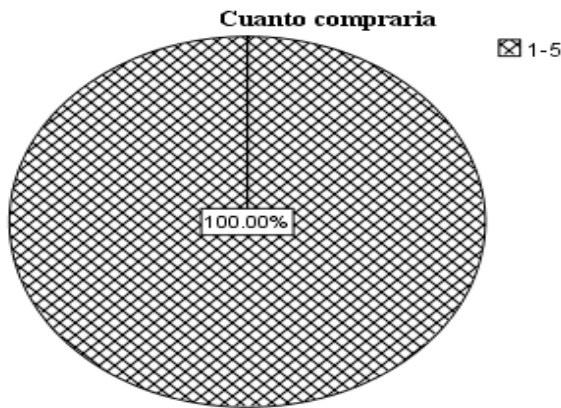


Figura 17. Cuanto compraría
Fuente: Elaboración propia

En la figura 17 muestra que el 85.07% estaría dispuesto a consumirlo y que de ese porcentaje el 100% estarían dispuestos a comprar néctares naturales en cantidades de 1 a 5.

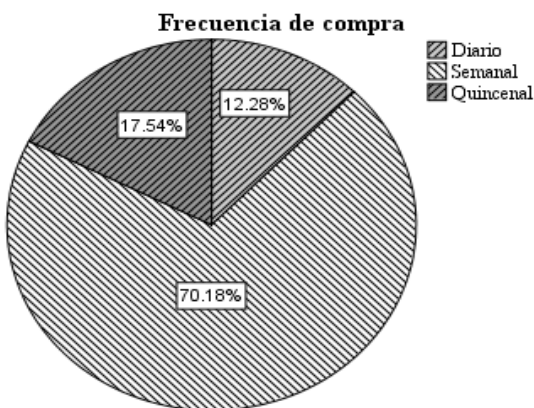


Figura 18. Frecuencia con la que lo compraría
Fuente: Elaboración propia

Al preguntarles a los miembros de muestra sobre la frecuencia con la que comprarían los nuevos productos, el 70.18% expreso que su intención de compra de néctares seria semanal, un 17.54% realizaría sus compras con una frecuencia quincenal, y otro 12.28% expreso realizar las compras diariamente.

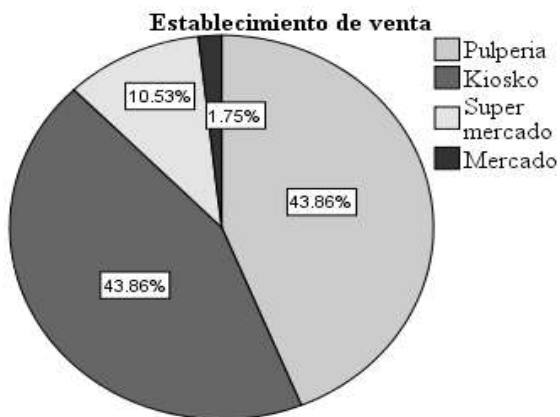


Figura 19. Establecimiento de venta

Fuente: Elaboración propia

La figura 19 refleja que el 43.86% de los entrevistados argumentaron que el establecimiento en el que preferirían comprar el producto, serían las pulperías, otro 43.86% se inclinó por adquirirlos en kioscos escolares, un 10.53% eligieron adquirirlos en los supermercados y tan solo un 1.75 en los mercados.

5.11. Conclusión del estudio realizado

Con base a las entrevistas aplicada y los resultados obtenidos se logró determinar que el 95.65% de la población consume néctares, el 67.14% de dichos consumidores son jóvenes el 87.14% de los encuestados tienen niveles escolares de secundaria y técnico de estos el 51.43% de la población objeto de estudio son mujeres, el sabor que predomina en la preferencia de los consumidores con un 47.76%, es el de naranja y que la presentación por la que más se inclina la población es la de 12 onzas, así mismo la investigación determina que el de mayor preferencia es el envase de plástico, también se determinó que la frecuencia de consumo con el más alto porcentaje es la frecuencia semanal con un 65.67%, finalmente se comprobó que el establecimiento que los consumidores prefieren adquirir los son las pulperías.

En relación a las intenciones de los consumidores en referencia a los nuevos productos que GOMESA, ofertaría al mercado local son las siguientes El 85.07% de los encuestados expresaron su intención de comprar los productos nuevos que GOMESA. Lanzaría al mercado, el sabor con mayor intención de compra seguiría siendo naranja con un 42.11%, un 56.14% de la población se inclinó por la presentación de 12 onza. También se puede decir que al 50.88% de los encuestados les gustaría los productos en un envase de plástico, así mismo el 70.18% lo comprarían en una frecuencia semanal y el 43.86 lo adquiriría en el establecimiento de las pulperías e igual porcentaje lo adquirirá en los quioscos escolares.

Cuadro 7 . Demanda potencial proyectada para el periodo 2020-2024

Nº	Tipo de pres.	Envase	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	12 onzas	plástico	10,620,324	10,800,870	10,984,484	11,171,221	11,361,131
2	12 onzas	caja	4,109,396	4,179,256	4,250,303	4,322,558	4,396,042
3	12 onzas	lata	3,214,801	3,269,453	3,325,033	3,381,559	3,439,045
4	8 onzas	plástico	5,398,665	5,490,442	5,583,780	5,678,704	5,775,242
5	8 onzas	caja	5,652,213	5,748,301	5,846,022	5,945,404	6,046,476
6	Litro	plástico	727,157	739,519	752,090	764,876	777,879
7	Litro	caja	172,221	175,149	178,126	181,154	184,234
8	Galón	plástico	487,961	496,256	504,693	513,272	521,998
9	Total		30,382,738	30,899,245	31,424,532	31,958,749	32,502,047

Nota: el factor de crecimiento que se utilizó para la proyección de los siguientes años de la demanda anual fue el 1.7% del incremento poblacional.

Cuadro 8. Proyección de oferta para el periodo 2020- 2024

Nº	Tipo de pres.	Envase	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	12 onzas	plástico	531,016.21	545,884.66	561,169.44	576,882.18	593,034.88
2	12 onzas	caja	205,469.79	211,222.94	217,137.18	223,217.02	229,467.10
3	12 onzas	lata	160,740.04	165,240.76	169,867.50	174,623.79	179,513.26
4	8 onzas	plástico	269,933.24	277,491.37	285,261.13	293,248.44	301,459.40
5	8 onzas	caja	282,610.65	290,523.75	298,658.42	307,020.85	315,617.44
6	Litro	plástico	36,357.87	37,375.89	38,422.41	39,498.24	40,604.19
7	Litro	caja	8,611.07	8,852.18	9,100.04	9,354.85	9,616.78
8	Galón	plástico	24,398.04	25,081.19	25,783.46	26,505.40	27,247.55
9	Total		1,519,136.92	1,561,672.75	1,605,399.59	1,650,350.77	1,696,560.60

Nota: el factor de crecimiento anual de la proyección de la oferta que se utilizó fue un 1.7%.

Cuadro 9. Balance Oferta - Demanda

Nº	Envase	Presentación	Oferta	Demanda	B O - D	% de cobertura
1	plástico	12 onzas	531,016	10,620,324	-10,089,308	5%
2	Caja	12 onzas	205,470	4,109,396	-3,903,926	5%
3	Lata	12 onzas	160,740	3,214,801	-3,054,061	5%
4	plástico	8 onzas	269,933	5,398,665	-5,128,732	5%
5	Caja	8 onzas	282,611	5,652,213	-5,369,602	5%
6	plástico	Litro	36,358	727,157	-690,799	5%
7	Caja	Litro	8,611	172,221	-163,610	5%
8	plástico	Galón	24,398	487,961	-463,563	5%

Nota: En el cuadro balance oferta demanda se muestra la cobertura en la que GOMESA abarcará un porcentaje de 5%, para efectuar este balance solo se consideraron los datos del primer año

Cuadro 10. Proyecciones de ventas

N°	Tipo de pres.	Envase	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	12 onzas	plástico	531,016.21	545,884.66	561,169.44	576,882.18	593,034.88
2	12 onzas	caja	205,469.79	211,222.94	217,137.18	223,217.02	229,467.10
3	12 onzas	lata	160,740.04	165,240.76	169,867.50	174,623.79	179,513.26
4	8 onzas	plástico	269,933.24	277,491.37	285,261.13	293,248.44	301,459.40
5	8 onzas	caja	282,610.65	290,523.75	298,658.42	307,020.85	315,617.44
6	Litro	plástico	36,357.87	37,375.89	38,422.41	39,498.24	40,604.19
7	Litro	caja	8,611.07	8,852.18	9,100.04	9,354.85	9,616.78
8	Galón	plástico	24,398.04	25,081.19	25,783.46	26,505.40	27,247.55
9	Total		1,519,136.92	1,561,672.75	1,605,399.59	1,650,350.77	1,696,560.60

Nota: En el cuadro anterior se muestra la proyección de venta para los 5 primeros años, considerándose un 1.7% de crecimiento por año.

5.12. Análisis de los clientes

De acuerdo a los resultados obtenidos en el plan de mercado podemos determinar los Segmentos de mercado a los cuales GOMESA ofertara sus productos son los siguientes:

Niños de primaria este segmento está conformado en su mayoría por los niños de primaria los que generalmente consumen jugos en presentaciones de 8 onzas, ya que son más prácticos y el precio es más factible mayormente los consumen en envase de caja y plástico y lo adquieren en los quioscos escolares, además estos jugos contribuyen en la salud y nutrición de los niños ya que contienen vitaminas A, C y D, cabe recalcar que este segmento no genera ingresos directo porque son los padres de los niños los generadores de ingreso.

Los jóvenes son el gran segundo segmento de mercado ya que la mayoría se encuentran en un nivel escolar secundario y técnico, es por ello que la presentación que más consumen individualmente es la de 12 onzas en presentación de plástico y lata, este lo adquieren en los quioscos o bares escolares y en las pulperías, este segmento incluye a todos los jóvenes

en general, porque también se encuentran los deportista y personas que quieran cuidar su salud, debido a esto se han ideado néctares con menor contenido de azúcar, reduciendo hasta el 68% las calorías.

Las familia y grupos de amigos estos son los consumidores de las presentaciones grandes como las de litro y galón que son utilizadas en eventos como cumpleaños, reuniones familiares y empresariales, son comprados en supermercado y pulperías, al consumir néctares naturales estarán mejorando su salud ya que los néctares contienen fibras solubles, que son la parte del alimento que el cuerpo humano no digiere, por lo que cuando se consumen ayudan a tener una buena digestión, a disminuir los niveles de colesterol y el índice de glucosa en la sangre. Generando variantes interesantes que podrían hacer pensar que tomar un néctar ya no es tan sencillo como lo era antes.

5.13. Estrategia de mercadeo

5.13.1 Descripción del producto

La idea de emprender este proyecto nace al observar que, en los mercados, quioscos, pulperías y supermercados, encontramos las frutas procesadas con precios muy altos. A su vez este problema desencadena otros, como el poco conocimiento y consumo de frutas procesadas en el país.

5.13.2. Penetración de mercado

Se intenta implementar esta estrategia en el mercado de comercialización de néctares naturales, ya que, por ser de consumo ocasional, los clientes esperan productos novedosos del rubro, esto se hará con el desarrollo de la demanda primaria aumentando una cobertura en el mercado y ofertando además de calidad, precios inferiores a los que ofrece la competencia, Captar un mayor número de clientes incentivando las ventas (bajo margen de ganancia inicial).

5.13.3. Desarrollo de mercados.

Aplicar la estrategia de desarrollo de mercado sugiriendo establecer 2 puestos de ventas en el departamento de Jinotega y 2 en el municipio de san Rafael del norte logrando que los néctares sean distribuidos por más zonas en el departamento.

5.13.4. Desarrollo de productos.

Aprovechando la variedad de frutas tropicales y autóctonas nicaragüense, determinar cuales tienen mayor demanda en el mundo de los néctares, y así Implementar la estrategia de desarrollo de producto, por medio del lanzamiento de un nuevo producto con sabor a Mandarina y con un diferente logo que sea más llamativo y que atraiga a los clientes.

5.13.5. Promoción

GOMESA tendrá diferentes tipos de promociones para así atraer a los clientes una de las más comunes son los descuentos en los diferentes establecimientos donde los néctares de Gomesa se estén vendiendo, Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero, con estas promociones se tendrá mayor demanda con los productos.

5.14. Publicidad

Para poder atraer los clientes de la competencia, se hará mediante publicidad en los medios tecnológicos (Internet), medios de comunicación (Radio y Tv), esto también se logrará mediante publicidad física (Volantes y brochures), los cuales tendrán auge para la aceptación y compra del producto. Esta estrategia tendrá como objetivo la de luchar una posición en el mercado.

Cuadro 11. Plan de publicidad de la planta

Medio	Lugar de ubicación	Tamaño/ Cantidad	Costo Mensual y unitario	Costo Total Anual	Observaciones
Radio	Radio local	6 repeticiones por día	924	11,088	
Televisión	Canal local	8 veces al día	2,145	25,740	
Banners publicitarios	Supermercados mercado municipales	1m*6m(3banners)	9,900	19,800	Elaborados en lona a vinil a color
Brochures	600	A4	16.5	9,900	Papel satinado 120gr
Volantes	600		7.92	4,752	Papel satinado 120gr
Total				71,280	

Nota: Como se observa el plan de publicidad fija tiene un costo total 71,280 córdobas Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

5.15. Canal de comercialización

La ruta que tomará la distribución de las frutas procesadas será la siguiente:

- **Canal Detallista (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores):** Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas (kioscos escolares, pulperías, mercados y supermercado). En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

- **Canal Detallista**



Figura 20. Canales de comercialización

Fuente: Elaboración propia

Para la comercialización de sus productos la empresa utilizara el canal de un nivel, es decir la intervención de un intermediario entre los cuales están los kioscos escolares, pulperías, mercados y supermercado ubicados en el municipio de Jinotega, el sistema de venta será

por levantamiento de pedidos siguiendo una ruta de entrega por los establecimientos comerciales del segmento de mercado hasta llegar al consumidor final.

5.16. Análisis de la competencia

Una de las preocupaciones centrales de toda empresa es el hecho de enfrentarse a la competencia, la cual se ha visto fortalecida por el fenómeno de la globalización y las exigencias cada vez más fuertes por parte de los consumidores de comprar productos de mayor calidad a un precio competitivo. Sin embargo, muchas empresas pasan por alto el análisis de sus competidores a la hora de entrar al mercado. Lo ideal es contar con un sistema de información continua, para identificarlos y encontrar la manera de hacer las cosas mejor que ellos.

Aunque **GOMESA** posee competidores, no por ello debe dejar de realizarse un análisis de la competencia, ya que existen productos que satisfacen la misma necesidad y es muy importante recordar que un producto no se vende por el bien en sí mismo sino por la función que cumple.

Para realizar el análisis de la competencia se clasificarán y distinguirán las empresas existentes por medio de un análisis de grupo estratégico. Porter (1979:215) lo define como el conjunto de empresas en un sector industrial que siguen una misma o similar estrategia a lo largo de las dimensiones estratégicas, agrupando empresas que son relativamente homogéneas en su forma de enfrentar a la competencia.

A través de las distintas dimensiones estratégicas puede realizarse un análisis para identificar los diferentes grupos estratégicos que existen en un sector, lo cual sirve para determinar realmente quienes son los competidores inmediatos de una empresa. En este sentido hay que considerar que en los grupos estratégicos existe lo que se denomina barreras a la movilidad, que representan la dificultad que tiene un grupo estratégico dentro de una industria para penetrar en un grupo estratégico adyacente.

Para realizar el análisis se deben establecer las dimensiones estratégicas con base a las cuales se realizará el análisis. Cabe aclarar que estas son relativamente subjetivas, ya que no sólo dependen del sector sino de las características particulares de cada organización. Las más relevantes en este caso son:

- **Identificación de marca:** grado de búsqueda de identificación de marca en lugar de competencia basada principalmente en precio u otras variables. Se logra por medio de la publicidad, fuerza de ventas, calidad del producto y servicios, etc.
- **Antigüedad:** organizaciones que operan hace mucho tiempo en el mercado objetivo lo cual se refleja en las grandes porciones de mercado que poseen. En el análisis se tomará 10 años como base para considerar una antigüedad alta.

A continuación, se realizará el análisis para **GOMESA**, considerando aquellas compañías que representan una mayor amenaza ya que venden el mismo concepto de producto: una bebida refrescante de fácil traslado y manipulación, además de vender otros tipos de productos



Figura 21. Análisis de la copetencia

Fuente: Elaboracion propia

En el grupo “A”, el primero a analizar, se encuentran aquellas compañías que operan en el mercado desde hace mucho tiempo y gracias a su trayectoria, experiencia y fuerte identificación de la marca, ocupan grandes porciones del mercado. Dentro de este grupo se encuentran empresas como centrolac, Parmalat (Lala), la perfecta (Lala), chinantlan, dos pinos, coca cola, Pepsi, Jumex, Naturas, Del monte, entre otras.

En este caso la rivalidad es alta ya que el consumidor está muy familiarizado con estas empresas. Su larga trayectoria les permite establecer fuertes relaciones con sus proveedores, y asegurar de esta manera la disponibilidad de materia prima que utilizan.

Gozan además de una muy buena imagen de marca, la cual va siempre acompañada de productos de calidad. Por otro lado, al ser líderes cuentan con un mayor poder para fijar precios.

En la segunda categoría, grupo “B”, encontramos la mayor amenaza para **GOMESA** ya que busca posicionarse con una buena imagen de marca. En este grupo se encuentran siembra y cosecha, Freaking Frozen, de la granja, Pulp, Cifrut, Tampico, hi-C, Petit que ofrecen un producto similar. En ellas es más común que el consumidor busque productos del tipo analizado.

Si bien estas compañías no llevan mucho tiempo operando en el mercado, gracias a ser tan conocidas a nivel nacional, han logrado insertarse exitosamente en él, ofreciendo diferentes productos y servicios de calidad. Estas empresas cuentan con clientes fieles, que están dispuestos a pagar un plus por consumir productos de renombre. Además, la mayoría son franquicias, por lo que cuentan con innovación constante en los productos y servicios que ofrecen, pero sin la necesidad de tener que invertir tiempo y esfuerzos en crear las ideas que la sustenten.

El grupo “C” representa aquellas empresas que poseen gran antigüedad, pero la calidad de sus productos y la identificación de su marca es menor, como las heladerías Eskimo. Estas se orientan a un segmento de mercado diferente, por lo que no interesa analizar la rivalidad.

Por último, en **el grupo “D”** se encuentran aquellas empresas que están hace poco en el mercado, y que, si bien sus productos son de calidad y diferenciados, su marca no ha pegado un fuerte impacto en la sociedad, por lo que es más fácil excluirlas del mercado. Se pueden mencionar como ejemplos a Recetas de mi abuela, jugos doña leo etc.

5.17. Conclusión del plan de Mercado

Después de haber elaborado el plan de Mercado se puede concluir que el establecimiento de la planta procesadora GOMESA, en la comunidad Los Robles, no es rentable.

La planta GOMESA, ofrecerá néctares naturales de los sabores más demandados como lo son Naranja, Piña y Maracuyá sin uso de preservantes, proporcionando néctares de calidad, con precios accesibles.

Los beneficios que ofrece la planta son formas de pagos como crédito semanal a distribuidoras, también facilita transporte para el traslado de los productos de la planta hasta donde se realizará la distribución, ese beneficio será para las personas que compren al por mayor y no cuenten con transporte propio para comprar directamente en la planta.

Se estima una venta de 1, 519,136.92 en el primer año de operaciones y en los siguientes cuatro años de operación se aumentará el 1.7% de las ventas, manteniendo volúmenes estimados anualmente.

Según los resultados obtenidos, el 100% de los representantes de consumidores están dispuestos a comprar néctares, si cumplen con la calidad que prometieron. La planta procesadora GOMESA utilizará como canal de comercialización, el nivel detallista y consumidor final. El precio al que se oferta el producto, en el primer año será favorable y accesible al consumidor debido a que estará sujeto a los precios de adquisición los materiales, insumos y transporte para trasladar la materia prima comprada desde donde se producen las frutas, hasta la planta procesadora.

VI. Plan de producción

6.1. Objetivos

6.1.1. Objetivo a corto plazo

- Producir **1, 519,136.92** unidades de néctar en el primer año

6.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Aumentar la producción en un 1.7% en el segundo año de operación.
- Realizar un proceso de Investigación y desarrollo para la formulación de néctar de mandarina

6.1.3. Objetivo a largo plazo

- Aumentar el número de la producción de jugos en la planta procesadora “**GOMESA**”
- Iniciar la producción de néctar de mandarina en el año 5to de operación.

Nota: El 1.7%, representa el promedio de la tasa de crecimiento poblacional del último censo, realizado en el 2005 y se denominó el VIII censo de la población que efectuó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

6.2. Especificación del producto

“GOMESA” ofrece néctares naturales que contienen:

6.2.1. Néctar de Maracuyá

La pulpa de frutos, finamente dividida y tamizada, con agua potable, azúcar, ácido orgánico, preservantes natural y estabilizador.

Dilución de pulpa: Agua para el néctar de maracuyá se ocupa la proporción 1:1-2 lo que significa “una” parte de pulpa y de una a dos de agua, La cantidad de agua varía de acuerdo a la fruta, el nivel de °Brix que debe alcanzar el néctar de maracuyá es de 13-14, con un ph de 3.5 se le agrega 0.10% de estabilizante y 0.045% de conservante natural y así obtendremos el producto final.

6.2.2. Néctar de Naranja

Dilución de pulpa: Agua para el néctar de naranja se ocupa la proporción 1:1-3 lo que significa “una” parte de pulpa y de una a tres de agua, La cantidad de agua varía de acuerdo a la fruta, el nivel de °Brix que debe alcanzar el néctar de naranja es de 15, con un ph de 2.72 se le agrega 0.5% de estabilizante y 0.045% de conservante natural y así obtendremos el producto final.

6.2.3. Néctar de limón

Dilución de pulpa: Agua para el néctar de limón se ocupa la proporción 1: 1-2 lo que significa “una” parte de pulpa y de uno a dos de agua, La cantidad de agua varía de acuerdo a la fruta, el nivel de °Brix que debe alcanzar el néctar de limón es de 14-15, con un ph de 2.3 se le agrega 0.08% de estabilizante y 0.050% de conservante natural y así obtendremos el producto final.

6.2.4. Néctar de Piña

Dilución de pulpa: Agua para el néctar de piña se ocupa la proporción 1: 1-2 lo que significa “una” parte de pulpa y de una a dos de agua, La cantidad de agua varía de acuerdo a la fruta, el nivel de °Brix que debe alcanzar el néctar de piña es de 12.5-13.0, con un ph de 3.5 se le agrega 0.125% de estabilizante y 0.045% de conservante natural y así obtendremos el producto final.

6.2.5. Néctar de mango

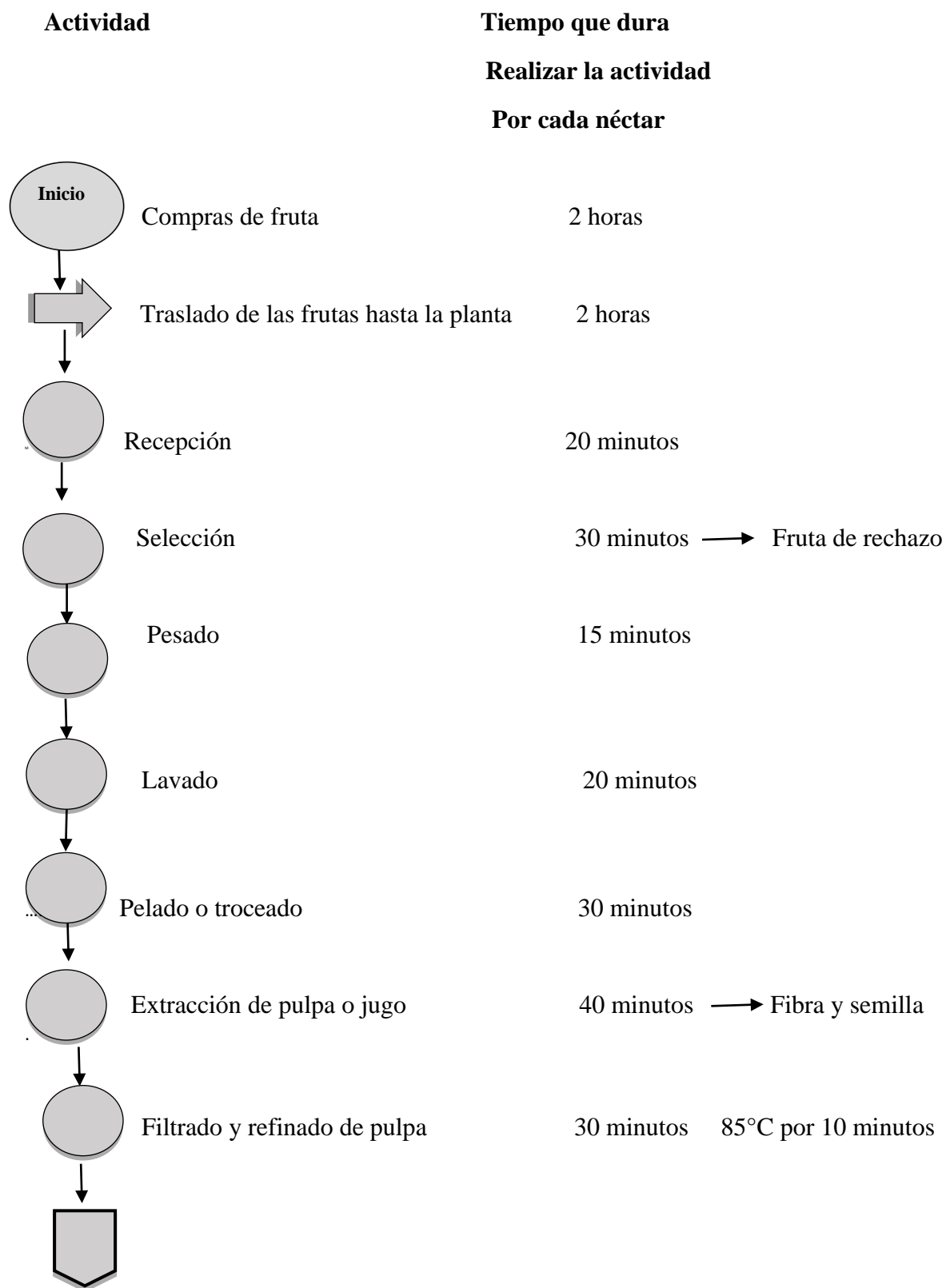
Dilución de pulpa: Agua para el néctar de mango se ocupa la proporción 1:2.5-3.0 lo que significa “una” parte de pulpa y de dos imedio a tres de agua, La cantidad de agua varía de acuerdo a la fruta, el nivel de °Brix que debe alcanzar el néctar de mango es de 12.5-13.0 con un ph de 3.5 se le agrega 0.075% de estabilizante y 0.045% de conservante natural y así obtendremos el producto final.

6.3. Procesamiento de frutas

6.3.1. Manejo de frutas desde la compra hasta el proceso.

1. Selección y compras de frutas
2. Traslado de las frutas hasta la planta
3. Recepción
4. Fruta de rechazo
5. Agua clorada
6. Lavado
7. Agua de lavado
8. Pelado
9. Extracción del jugo
10. Filtrado
11. Pasterizado
12. Envasado
13. Etiquetado
14. Almacenamiento
15. Limpieza de la instalación
16. Ventas

6.3.2. Diagrama de Procedimiento y Flujo grama de la elaboración de néctares Naturales



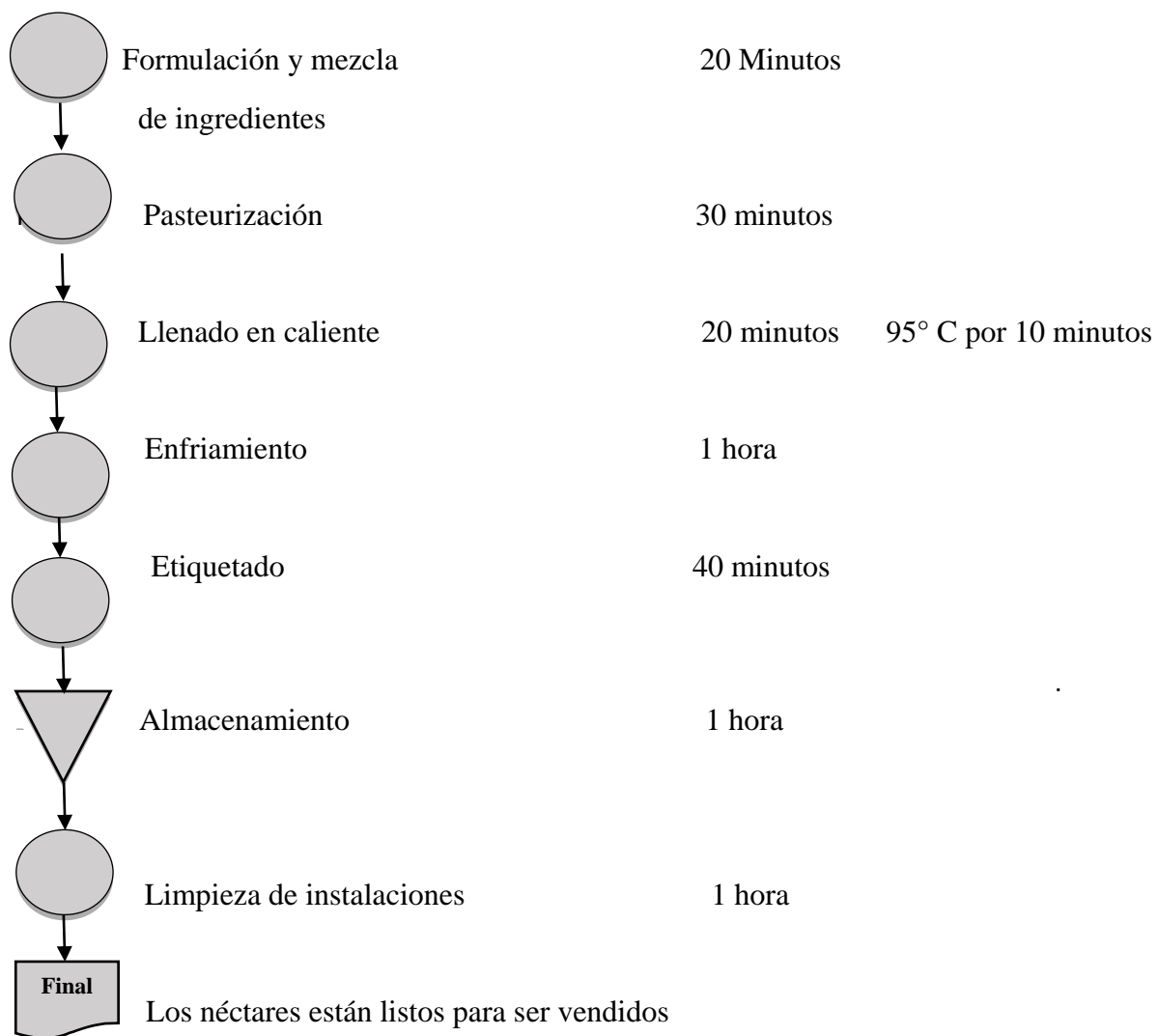


Figura 22. Flujograma de la elaboración y procedimiento de néctares naturales de “GOMESA”.

6.3.3. Control de calidad

En la materia prima

Controlar que las frutas a procesar, sean frescas y estén sanas, es decir sin magulladuras, defectos o demasiado verdes.

En el proceso

Las operaciones de extracción, filtrado, pasteurización y envasado deben realizarse en forma rápida con lo que respecta al néctar de naranja y limón, ya que se oxida fácilmente y se altera el sabor. En el proceso se deben controlar la temperatura y tiempo de pasteurización, así como la temperatura de enfriamiento.

En el producto final

Verificar la relación ° Brix/acidez, así como el color y sabor del jugo.

El producto en almacenamiento

El néctar envasado en botellas de plástico y sin adición de preservantes tiene una vida útil en refrigeración de 7 a 10 días. Cuando el néctar se deteriora se vuelve más ácido y el sabor es desagradable.

El néctar natural es más apreciado que los néctares reconstituidos, aunque su precio es un poco más alto. El mercado potencial está a nivel de hoteles, restaurantes y supermercados.

Cuadro 12. Requerimientos de la materia prima

Descripción	U/M	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maracuyá	Sacos	75,957	77,248	78,561	79,897	81,255
Naranja	Sacos	75,957	77,248	78,561	79,897	81,255
Limón	Sacos	34,181	34,762	35,353	35,954	36,565
Piña	Unidades	759,569	772,482	785,614	798,969	812,552
Mango	Cajillas	44,055	44,804	45,566	46,340	47,128
Total		989,719	1,006,544	1,023,655	1,041,058	1,058,756

Nota: Correspondiente al 1.7% de la población con un incremento anual. En este cuadro se muestra la cantidad materia prima que será procesada en “GOMESA

Cuadro 13. Requerimientos de insumos

Descripción	U/M	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Azúcar	QQ	7,600	7,729	7,861	7,994	8,130
Ácido cítrico	QQ	760	773	786	799	813
Benzoato de sodio	QQ	760	773	786	799	813
Bisulfito de sodio	QQ	760	773	786	799	813
Sorbato de potasio	QQ	760	773	786	799	813
Total		10,640	10,821	11,005	11,192	11,382

Nota: En este cuadro se reflejan todos los insumos para la elaboración de néctar naturales, para la incrementación de cada año se utilizó el 1.7% del incremento poblacional.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 14. Presupuesto de herramientas y utensilio de trabajo

N°	Descripción	Cant
1	juego de cuchillo (20cm x 2 cm)	1
2	1PH de mesa	3
3	Tablas de picar	2
4	Descascarador, cortador, descorazonador	8
5	Coladores de aluminio	3
6	juego cuchara medidoras	2
7	Cajillas para manipulación de frutas	10
8	Cucharas	6
9	Embudo	6
10	Colador	5

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 15. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	Cantidad
1	Escritorio	1
2	Sillas	3
3	Sillas metálica	4
4	Archivadores metálicos de 6 gavetas	2
5	Computadora de escritorio	1
6	Impresora	1
7	Batería	1
8	Engrapadora	5
9	Perforadora	3
10	Calculadora	1
11	pizarra pequeña	1
12	Abanico	2

Nota: En el cuadro anterior se presenta la información sobre las herramientas y utensilio de trabajo que se requerirá para el funcionamiento de la planta.

Cuadro 16. Cobertura de ventas para el primer año

N°	Presentación de envase	Unidades físicas	Costo total
1	12 onzas plástico	531,016	5,310,162.11
2	12 onzas caja	205,469	2,054,697.86
3	12 onzas lata	160,740	1,928,880.51
4	8 onzas plástico	269,9334	2,159,465.92
5	8 onzas caja	282,610	1,978,274.58
6	Litro plástico	36,357	727,157.33
7	Litro caja	8,611	215,276.84
8	Galón plástico	24,398	853,931.47
9	Total	1,519,136	15,227,846.62

Nota: En este cuadro se muestra la cantidad de néctares que serán vendidos en el primer año esto va en incremento por el porcentaje poblacional el cual es 1.7%.

Fuente: Elaboración propia

6.3.4. Adquisiciones de las frutas

El proceso de compra y selección de la fruta es crítico en un negocio de este tipo, debido a la delicadeza y el cuidado que requiere la manipulación de la misma (La maduración y estado de las frutas). Al seleccionar los productos se debe buscar la optimización de los recursos, teniendo en cuenta la demanda de los clientes, la capacidad real de almacenamiento en cadena de frío, en refrigeración o congelación y la capacidad real de almacenamiento de los productos no perecederos.

6.3.5. Compras

Aunque hoy en día se pueden conseguir la mayoría de las frutas en cualquier época del año, lo ideal es adquirir en cada momento las frutas propias de cada estación. El calendario presentado a continuación está pensado para ayudar a identificar la cantidad y disponibilidad natural de frutas según las distintas temporadas estacionales y según la zona geográfica donde se viva. Vale aclarar que en el país la gran mayoría de frutas dan todo el año.

Cuadro 17. Disponibilidad de las frutas

Frutas	Meses											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Naranja	X	X								X	X	X
Piña			X	X	X			X	X	X		
Limón									X	X	X	X
Mango			X	X	X	X	X					
Maracuyá	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

En “GOMESA” es esencial que los productos reflejen calidad. Por ello la materia prima es seleccionada en base a:

- Estado de maduración: la fruta madura se conservará en el cuarto frío con la intención de ser utilizada lo más antes posible.
- Categoría extra: está determinada por el tamaño, la uniformidad de las piezas, porcentaje de imperfecciones, la rugosidad, los cambios en el color, etc.

6.4. Análisis de los proveedores

Para que una empresa tenga éxito en el mercado, es imprescindible tener una buena relación con sus proveedores. Gracias a esto se pueden conseguir excelentes compras para el negocio, mejorar la calidad de los insumos y lograr futuros acuerdos beneficiosos con distintos proveedores. De su adecuada gestión depende el precio final del producto, su calidad e incluso la potencial oferta al mercado, lo cual ayuda a producir un mejor producto final, generando de esta manera una mayor satisfacción del cliente y, por lo tanto, mayores ventas para la planta.

El empresario debe ser consciente de la importancia de escoger bien a sus proveedores y establecer con ellos acuerdos claros y específicos. Para ello se debe estudiar y analizar el mercado de proveedores antes de decidirse por unos u otros. Para GOMESA, este análisis se realizó en base a criterios de rendimiento, económicos y adaptativos a las necesidades cambiantes.

Cuadro 18. Proveedores de las frutas naranja y limón

Proveedores	Mpio o C	Frutas	Meses											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Byron corrales	Los robles	Naranja	X	X								X	X	X
Ernesto Villagra	Las pilas	Limón									X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia**Cuadro 19. Proveedores de las frutas mango y maracuyá**

Proveedores	Mpio o C	Frutas	Meses											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Nelson Díaz	Payacuca	Mango			X	X	X	X	X					
Roberto Torres		Maracuyá	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia**Cuadro 20. Proveedores de las frutas piña y naranja**

Proveedores	Mpio o C	Frutas	Meses											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Finca el esfuerzo	Ticuantepé	Piña			X	X	X					X	X	X
Alberto Ramírez		Naranja	X	X								X	X	X

Fuente: Elaboración propia**Cuadro 21. Proveedor de insumo**

Descripción	Proveedores
Azúcar	Distribuidora jirón Distribuidora del caribe Distribuidora santa rosa Distribuidora Mayorga
Ácido cítrico	
Benzoato de sodio	
Bisulfito de sodio	
Sorbato de potasio	

Fuente: Elaboración propia**Cuadro 22. Proveedor de maquinaria y utensilios**

Descripción	Proveedores
Maquinaria o equipo de producción	imisa
Utensilios de producción	imisa

Fuente: Elaboración propia

Conservación y almacenamiento

Las frutas frescas a utilizar en el negocio no necesitan condiciones especiales de conservación, basta con un lugar seco y fresco. Para preservar su vida útil se refrigerarán a una temperatura no inferior a 5°C, aisladas siempre de otros alimentos.

Como la recepción de fruta será diaria, no es necesario reservar un espacio adicional muy amplio para su almacenamiento. El proveedor entregará la materia prima a las 7 de la mañana de lunes a viernes y a las 8 de la mañana los días sábados.

Teniendo en cuenta su durabilidad, las frutas pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Frutas con semilla: hasta 7 días (Mango, maracuyá, piña)
- Cítricos: hasta 10 días (naranja, limón, etc.)

6.5. Diseño de la planta

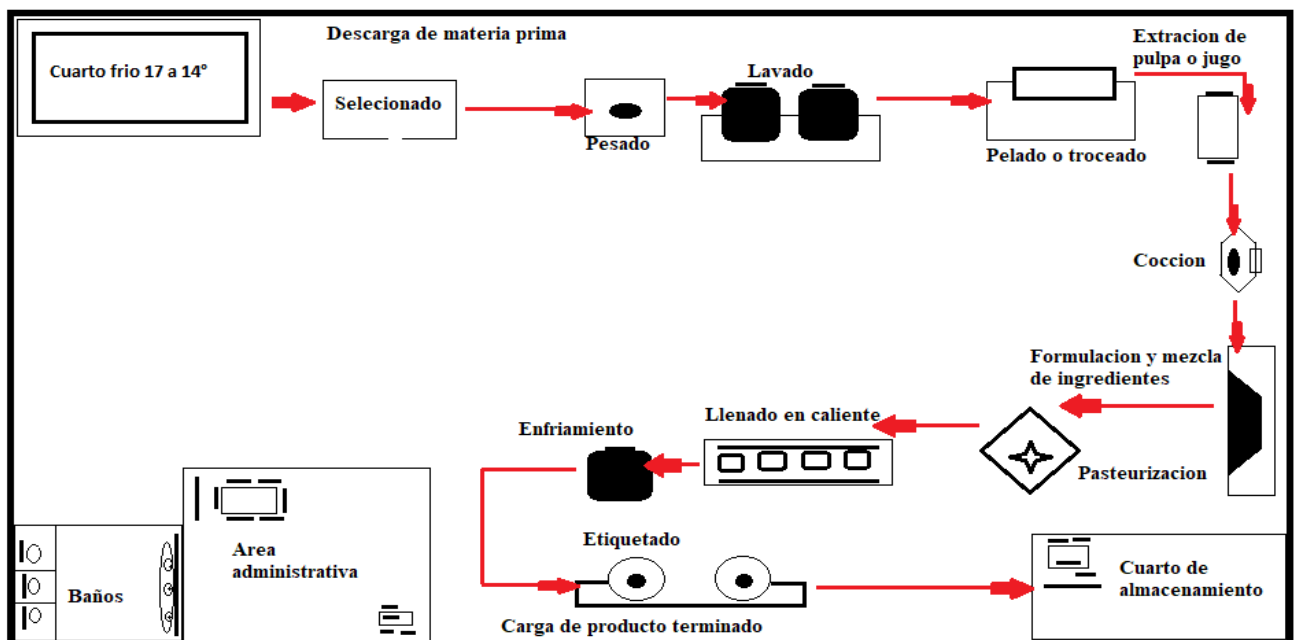


Figura 23. Diseño de la planta

Fuente: Elaboración propia

6.4.1. Descripción de las áreas requeridas

La edificación será en una sola planta, piso, paredes de ladrillo con los acabados correspondientes a cada área, el área total de terreno será (50x50m²) dentro de la cual se destinará (20x20m²) para el edificio. El resto para parqueo, descargue de materia prima, carga de productos terminados y para áreas verdes. El costo estimado para la construcción del edificio es de **(895,055.00)**.

El área de acopio de materia prima: es el recibo de frutas que se efectuara, esta área para descargue e inspección de las frutas.

Área de procesos: se determina por el espacio ocupado por los equipos, circulación tras el seguimiento del proceso, cuenta con pisos y paredes lavables.

Cuarto frio: este cuarto estará debido por módulos en que se conservan los productos terminados, almacenadas bajo condiciones específicas de temperatura y humedad, estas listas para salir al mercado.

Área administrativa: consta con la oficina para el gerente administrador, secretaria.

Área de servicios sanitarios: está dividida en 3 secciones, hombre, mujer y una extra, con tres duchas lavamanos revisar cada dos horas para asegurar su limpieza.

Cuadro 23. Proyecciones de producción de néctares

N°	Tipo de pres.	Envase	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	12 onzas	plástico	531,016.21	545,884.66	561,169.44	576,882.18	593,034.88
2	12 onzas	caja	205,469.79	211,222.94	217,137.18	223,217.02	229,467.10
3	12 onzas	lata	160,740.04	165,240.76	169,867.50	174,623.79	179,513.26
4	8 onzas	plástico	269,933.24	277,491.37	285,261.13	293,248.44	301,459.40
5	8 onzas	caja	282,610.65	290,523.75	298,658.42	307,020.85	315,617.44
6	Litro	plástico	36,357.87	37,375.89	38,422.41	39,498.24	40,604.19
7	Litro	caja	8,611.07	8,852.18	9,100.04	9,354.85	9,616.78
8	Galón	plástico	24,398.04	25,081.19	25,783.46	26,505.40	27,247.55
9	Total		1,519,136.92	1,561,672.75	1,605,399.59	1,650,350.77	1,696,560.60

Fuente: Elaboración propia

6.6. Conclusión del plan de producción.

El plan de producción demuestra que el establecimiento de la planta procesadora en la comunidad Los roble es factible desde este punto de vista porque se cuenta con un equipo de proveedores de materia prima (frutas) eficientes, una mano de obra capacitada, con la tecnología necesaria y con la infraestructura adecuada para la producción néctares.

VII. Plan organizacional

7.1. Objetivos

7.1.1. Objetivos a corto plazo

- Diseñar la estructura organizativa de “GOMESA” en el primer año de funcionamiento.
- Elaborar el manual de funciones que posibilite una adecuada distribución de responsabilidades y actividades en la empresa.
- Capacitación a los trabajadores para el buen funcionamiento de la planta.

7.1.2. Objetivo a mediano plazo

- Evaluar la estructura organizacional de la empresa y fortalecerla de acuerdo a las necesidades que se presenten.

7.1.3. Objetivo a corto plazo

- Mantener a todo el personal altamente capacitado para el cumplimiento eficientemente de las funciones asignadas.

7.2. Estructura Organizacional

El organigrama es la representación estructural que define como estará organizada la empresa, las principales funciones de cada área y el desempeño laborada para obtener una mayor eficacia y eficiencia en cada puesto haciendo posible el logro de los objetivos propuestos, la estructura organizacional de “GOMESA” estará diseñada bajo un modelo lineal, esto permite que la autoridad y delegación de funciones fluya en orden descendente, es decir, de arriba hacia abajo, facilitando que cada empleado reporte a un solo jefe.

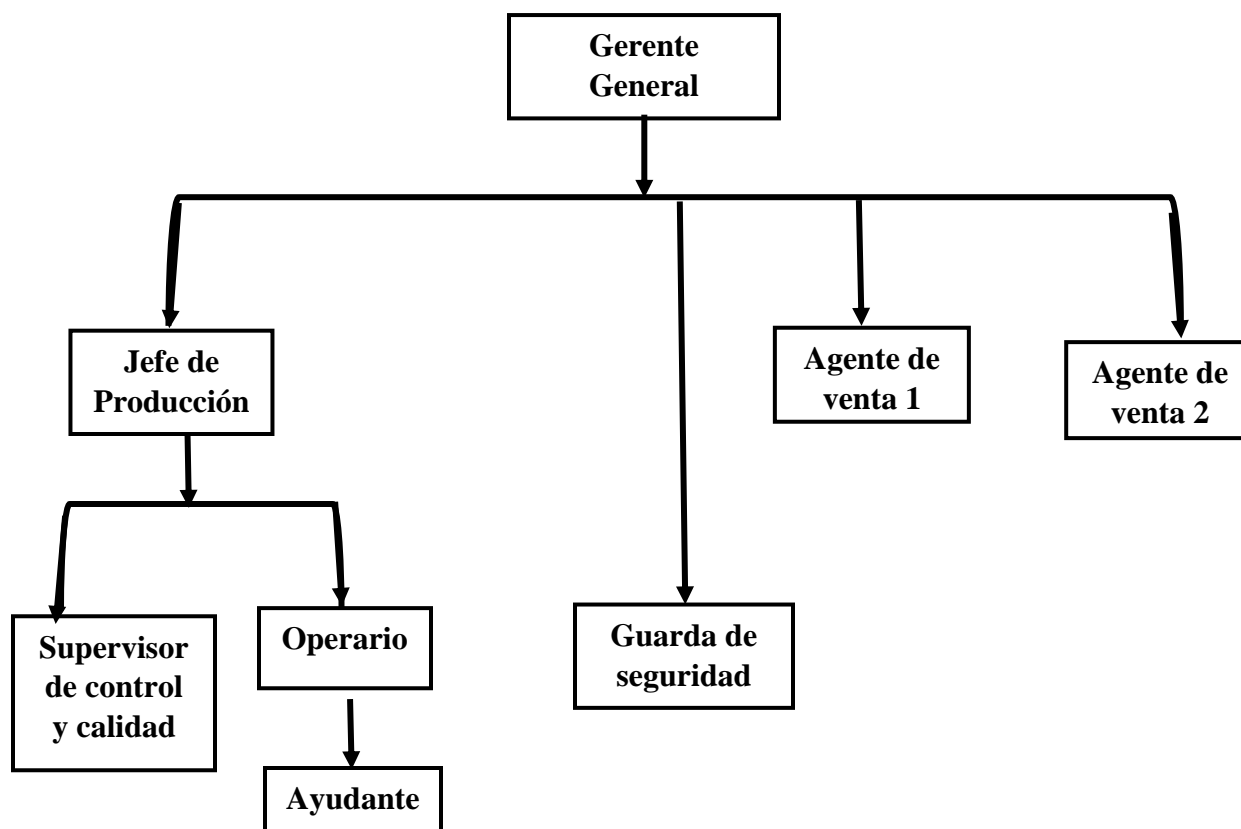


Figura 24.Organigrama “GOMESA”

Fuente: Elaboración propia

7.2.1. Gestión de recursos humanos

Un empresario no debe cometer el error de suponer que con un producto bueno e innovador le basta para ser exitoso. El recurso humano es tan o incluso más importante que el producto en sí.

La competitividad de las PYMES y aún de las grandes empresas se debe, en gran medida, a la calidad de sus recursos humanos, de forma que las competencias de los empleados y su continuo desarrollo, en el que la formación ocupa un puesto primordial, se convierten en un factor permanente de ventajas competitivas. Por eso, dedicar tiempo y recursos a adquirir, mantener y desarrollar las competencias de los recursos humanos de la empresa, pasa a ser un objetivo estratégico fundamental (cardy, 2008)

Por lo tanto, la importancia de los recursos humanos radica en su habilidad para responder adecuadamente y con voluntad a los objetivos de la organización, esforzándose por sentirse satisfecho por el éxito del trabajo realizado y también por ser miembro de esa organización. A continuación, se definirán los recursos humanos necesarios en GOMESA.

7.3. Descripción de cargos

Cuadro 24. Ficha de cargo del Responsable del negocio.

Nombre del puesto	Gerente General	N° de personas: 1
Ubicación	Área administración General	
Cargos a mando	Jefe de producción, Agentes de ventas, Guarda de seguridad.	
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	
Descripción del cargo	Responsable por la dirección y representación legal, judicial y extrajudicial, estableciendo las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y define los objetivos organizacionales. Planifica el crecimiento de la empresa a corto y a largo plazo. Además presenta a los socios el estado financiero, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requiera.	
Funciones del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la administración global de las actividades de la empresa buscando su mejoramiento organizacional, técnico y financiero. • Garantizar el cumplimiento de las normas, reglamentos, políticas e instructivos internos y los establecidos por las entidades de regulación y control. • Participar en reuniones con el Directorio, para analizar y coordinar las actividades de la empresa en general. • Coordinar y controlar la ejecución y seguimiento al cumplimiento del Plan Estratégico. • Participar en reuniones con Asociaciones, Cámaras, Ministerios y demás Instituciones Públicas y Privadas. • Preside las reuniones mensuales de evaluación de las actividades del mes que finaliza y de planificación de las actividades del mes inicia. • Diseña propuestas de políticas de créditos para que sean discutidas y aprobadas por los socios en asamblea general de accionistas. • Supervisar la asesoría técnica requerida y provista por la empresa y participar en la solución de conflictos técnicos que surjan en la empresa. • Aprobación de las contrataciones de personal para la empresa. 	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del Responsable del negocio.	
Perfil	<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visión de Negocios • Orientación a Resultados • Planificación estratégica • Liderazgo • Negociación
Requisitos del Cargo	<p>Edad: 30 a 60</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Formación Académica</p> <p>Graduado Ingeniería Agronómica o Administración de Agro negocios. Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.</p> <p>Experiencia Previa</p> <p>De 5 a 8 años de experiencia en el cargo similares (Gerente General 5 años u 8 años Gerente de Planta) relacionadas con el mercado agro industrial.</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 25. Ficha de cargo del jefe de producción.

Nombre del puesto	Jefe de producción	N° de personas: 1
Ubicación	Área de producción	
Cargos de a mando	Supervisor de control de calidad, Operario.	
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	
Descripción del cargo	<p>Es el encargado de coordinar y supervisar operaciones dentro de una empresa para que esta opere de la mejor manera, el jefe de producción puede ser el encargado de realizar una relación estadística entre los precios de insumos, hacer estudios de mercado, y dar a conocer al jefe de producción cuáles son las necesidades actuales de acuerdo a esta información.</p> <p>También debe de coordinar los parámetros de producción, volumen a producir, tiempos de producción, tiempos de entrega, además de proveer información sobre cuestiones de diseño al departamento de marketing.</p>	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisa toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado • Coordina labores del personal. • Controla la labor del supervisor de áreas y del operario en general. • Vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos. • Es responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso durante el desempeño de sus funciones. • Vela por la calidad de todos los productos fabricados • Ejecuta planes de mejora y de procesos. • Emite informes, analiza resultados, genera reportes de producción que respalden la toma de decisiones. • Cumple y hace cumplir los manuales de procesos y las buenas prácticas de manufactura 	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del jefe de producción.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta y supervisa planes de seguridad industrial • Controla la higiene y limpieza de la planta • Establece controles de seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado
Perfil	<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • alto sentido de compromiso, ética, trabajo en equipo, colaborador, responsable y buena comunicación. • orientado al logro de metas, con capacidad de planificación. • organización y supervisión de personal y buen manejo de información confidencial. • Disponibilidad inmediata.
Requisitos del cargo	<p>Formación Académica Egresado como Ingeniero Industrial o TSU de Alimentos.</p> <p>Experiencia Previa Sexo masculino, edad entre 30 y 60 años Experiencia de cinco (05) años en plantas de consumo masivo o de alimentos</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 26. Ficha de cargo del Supervisor

Nombre del puesto	Supervisor de control y calidad	N° de personas: 1
Ubicación	Área de producción	
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	
Descripción del cargo	Es responsable de verificar que todos los procedimientos creados y aprobados por gerencia sean aplicados por sus operarios, vela por la calidad de los procesos garantizando que sea utilizada la materia prima aprobada y que se obtenga los resultados altamente calificados, es responsable directo del producto terminado y su respectiva revisión para presentar al mercado.	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Lleva un control de todos los procedimientos implementados por el departamento y los diversos certificados de análisis recibidos • Conserva los formularios emitidos por la empresa • Mantiene un stock de muestras de retención de los lotes fabricados, a través de los correspondientes protocolos de análisis • Define los estatutos de calidad de la materia prima u otros. • Informa a la gerencia de general sobre los respectivos procedimientos. • Ejecuta planes de mejora y de procesos. 	
Perfil	Competencias <ul style="list-style-type: none"> • Información confidencial. • orientado al logro de metas, con capacidad de planificación. • organización y supervisión de personal. 	
Requisitos del cargo	Formación Académica Egresado como Ingeniero Industrial o TSU de Alimentos. Experiencia Previa Sexo masculino, edad entre 28 y 40 años	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del Supervisor

	Experiencia mínimo 3 años en puestos similares
--	--

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 27. Ficha de cargo del vendedor

Nombre del puesto	Agente de ventas	N° de personas: 2
Ubicación	Ventas	
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	
Descripción del cargo	Aumentar el número y calidad de clientes para afiliarse a la empresa y solucionar los problemas que puedan existir con respecto de ellos; además de efectuar las cobranzas	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número y calidad de clientes para afiliarse a la empresa. • Visitar potenciales clientes • Preparar material de trabajo. • Realizar informes de ventas y otros. • Solucionar los problemas que puedan existir con respecto al efectuar las cobranzas a los clientes; como cuotas atrasadas y no canceladas, informar sobre nuevos beneficios, etc. • Realiza, organiza y establece contactos y negociaciones de compra-venta en coordinación con el Gerente. • Desarrolla estrategias y planes de comercialización de la empresa. • Diseña los recorridos de distribución de la empresa. • Elabora las proyecciones de ventas anuales de la empresa. • Garantiza el cumplimiento de todas las actividades especiales que se vinculan con sus funciones y que les son delegadas por el gerente general. 	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del Vendedor

<p>Perfil</p>	<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • capacidad numérica y de lenguaje • Mostrar características de iniciativa y creatividad. • Capacidad de relacionarse con empleados y clientes. • Dinamismo, discreción y actitud para el trabajo en equipo. • Poder convencer a las personas para que sean clientes de la empresa. • Tener facilidad de comunicarse y establecer relaciones de cooperación.
<p>Requisitos del cargo</p>	<p>Sexo: Masculino</p> <p>Edad: 25 a 50</p> <p>Formación Académica</p> <p>Técnico en venta (Administrativo)</p> <p>Estudios complementarios: Administración, ventas y comercialización o carrera a fines.</p> <p>Experiencia Previa</p> <p>Que tenga 1a 2 año de experiencia como mínimo en cargos similares</p> <p>En Planificación estratégica de comercialización y mercadeo de productos.</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 28. Ficha de cargo del operario

Nombre del puesto	Operario	N° de personas: 4
Ubicación	Área de producción	
Horario de trabajo	De 8 am a 5pm	
Cargo a mando	Ayudantes	
Descripción del cargo	<p>El operario de procesamiento en la planta procesadora es el profesional que controla y realiza los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración de productos alimentarios, o sea, en la fabricación de los alimentos. Esta fabricación está formada por diferentes procesos, son las llamadas operaciones básicas, que son características de la industria alimentaria donde se trabaja, respetando en todo momento las normas de calidad, de medio ambiente, seguridad y técnico-sanitarias establecidas por la empresa</p>	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Recibe el plan de fabricación, con las anotaciones de los ingredientes que se utilizarán, los parámetros que tiene que controlar (ej.: parámetros de calidad, medio ambiente, etc.), inspecciones a realizar y la documentación a registrar. • Entiende y aclara todas las dudas de la orden de fabricación con el encargado de turno. • Recibe las materias primas e ingredientes, aditivos y coadyuvantes, materiales auxiliares, envases y embalajes. • Comprueba que las materias recibidas son las que se necesitan para el proceso productivo, y que cumplen las especificaciones necesarias para su posterior utilización. • Identifica y registra lotes de materias primas, materiales, productos intermedios, productos acabados, según las especificaciones establecidas por la empresa, mediante anotaciones en los registros diseñados para esta finalidad (en papel o electrónicamente, en un programa de control de fabricación). 	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del Operario

<p>Perfil</p>	<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia. • Paciencia en el oficio. • Capacidad de trabajo en equipo. • Discreción y aptitud para el trabajo • Dispuesto a trabajar jornadas extraordinarias. • Mejora e innovación de mejoras en el producto. • Habilidad visual para detectar piezas defectuosas.
<p>Requisitos del cargo</p>	<p>Experiencia Previa</p> <p>Sexo: Indiferente</p> <p>Edad: 25 a 50</p> <p>Programación de la máquina</p> <p>Cálculo de la eficiencia de la máquina que opera diario.</p> <p>Conocimiento acerca del producto fabricado.</p> <p>Conocimiento acerca de las características de la materia prima.</p> <p>Control de la calidad de acuerdo a especificaciones</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 29. Ficha de cargo del Ayudante

Nombre del puesto	Ayudantes de operario	N° de personas:4
Ubicación	Área de producción	
Personal a cargo	Ninguno	
Horario de trabajo	De 6 am a 3 pm	
Descripción del cargo	Realiza previa revisión.	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpia las instalaciones • lavado, desinfectado de las áreas y equipos utilizados para el procesamiento de frutas. • Empacado • Etiquetado • Presentarse cumplida y adecuadamente a su centro de trabajo y permanecer en él hasta que su jornada laboral haya concluido. • Cumple todas aquellas tareas que le sean inherentes por la naturaleza de su cargo y las que específicamente le oriente el operario. 	
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Cualidades y Habilidades • Discreción y aptitud para el trabajo • Disponibilidad 	
Requisitos del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Edad: 20 A 50 Años • Sexo M Y F • Estudios: primaria aprobada. • Conocimiento necesario para trabajar en la planta. 	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 30. Ficha de cargo del personal de seguridad.

Nombre del puesto	Guarda de seguridad	N° de personas:2
Ubicación	Toda la empresa	
Superior	Administrador	
Personal a cargo	Ninguno	
Horario de trabajo	Turno 12 horas	
Descripción del cargo	El ocupante del cargo de guarda de seguridad es la persona responsable de brindar seguridad a las instalaciones física de la institución y de los bienes materiales de la planta y al personal mientras se encuentra laborando, también recibe correspondencia y mensajes durante su turno de trabajo.	
Funciones del cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de rondas continuas. • Comprobar que las instalaciones estén en buen resguardo. • Comprobación de la portación legal de arma de fuego y arma blanca. • Ejerce con atención y diligencia su labor de vigilancia, procurando la seguridad física de los bienes encomendados a su cuidado. • Recibe la correspondencia y mensajes que lleguen a la empresa durante se encuentre en su turno de trabajo y los trasmite correcta y oportunamente. • Se mantiene apto física y mentalmente para cumplir su trabajo con efectividad. • Realiza el reporte de incidencias y lo presenta al gerente general después de terminar su turno. • Realiza el reporte de las entradas y las salidas de los vehículos de la empresa y de los particulares que la visitan. 	

Continuación. Cuadro Ficha de cargo del Personal de Seguridad

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad para el trabajo. • Seguridad de las Instalaciones físicas • Buen estado de las herramientas que requiere para su trabajo
Requisitos del puesto	<ul style="list-style-type: none"> • Edad: 35 A 55 Años • Sexo: M • Estudios: primaria y secundaria aprobada. • Curso básico de defensa personal. • Experiencia laboral.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 31. Plan de capacitación del personal

No	Nombre del Curso	Participantes	Duración del Curso	Impartido por:
01	Seguridad e Higiene	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general. • Ayudante 	12 horas	IPSA
02	Relaciones humanas	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general. • Ayudante 	15 horas	INATEC
03	Técnicas de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Vendedor 	24 horas	INATEC
04	Emprendedurismo	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general • Ayudante 	10 semanas	UNA
05	Manejo de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general 	16 horas	RALIEGH INPRHU
06	Procedimientos y normas emitidos por la gerencia de control de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisor de control y calidad 	8 horas	IPSA
07	Manejo de Armas y defensa personal	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilante 	30 días	POLICIA

Nota: En este cuadro se presentan los cursos y charlas que se les serán impartidos a los trabajadores internos de GOMESA con el propósito de contar con personal altamente calificado obteniendo resultados en el crecimiento del negocio.

Fuente: Elaboración propia

7.4. Conclusión del plan organizacional.

En el plan organizacional se diseñó el organigrama en el que se presenta cada una de las áreas del negocio, al igual se elaboraron fichas de cargos, en las que se describen las funciones de cada uno de los puestos que se requieren para el funcionamiento de GOMESA, también se estableció un plan de capacitación para que el personal tengan más eficiencia y desarrolle más habilidades en el desempeño de su cargo, por lo antes expresado se puede concluir que el presente plan de negocios es viable.

VIII. Plan financiero

8.1. Objetivos

8.1.1. Objetivo corto plazo (2020-2021)

- Obtener en el primer año un ingreso por ventas de **C\$ 15, 227,846.62** y en el segundo año **16, 261,056.01** córdobas.
- Realizar una inversión fija de **C\$2, 586,488.00** Córdobas.

8.1.2. Objetivo mediano plazo (2022-2023)

- Adquirir en el tercer año un ingreso por ventas de **C\$ 17, 364,368.66** y en el cuarto **18, 542,541.08** años córdobas.

8.1.3. Objetivo largo plazo (2024)

- Obtener en el quinto año un ingreso por ventas de **C\$ 19,800,652.49**

8.1. Presupuestos de costos, gastos e inversiones

Los presupuestos para el presente plan se expresan de forma anual, esto facilita tener un cálculo más exacto de los ingresos y egresos del negocio en un período de tiempo determinado años 2020-2024.

8.2. Proyecciones de ingresos por ventas de néctares en términos monetarios.

Según las proyecciones, los ingresos por ventas alcanzan montos de quince millones doscientos veintisiete mil ochocientos cuarentiseis mil con sesentidos centavo de córdobas en el primer año y en el año siguiente se estima un ingreso de dieciséis millones cuatrocientos treintiseis mil novecientos treinta siete con sesenticuatro centavos de córdoba. Ver cuadro siguiente

Cuadro 32. Proyecciones de ingreso por venta de néctar

N°	Envase	Presentación	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Plástico	12 onzas	5,310,162.11	5,670,456.61	6,055,197.09	6,466,042.21	6,904,763.18
2	Caja	12 onzas	2,054,697.86	2,194,109.11	2,342,979.41	2,501,950.57	2,671,707.91
3	Lata	12 onzas	1,928,880.51	2,059,755.05	2,199,509.43	2,348,746.15	2,508,108.57
4	Plástico	8 onzas	2,159,465.92	2,305,985.68	2,462,446.81	2,629,523.83	2,807,937.02
5	Caja	8 onzas	1,978,274.58	2,112,500.51	2,255,833.67	2,408,891.98	2,572,335.31
6	Plástico	Litro	727,157.33	776,494.95	829,180.14	885,440.01	945,517.11
7	Caja	Litro	215,276.84	229,883.37	245,480.96	262,136.84	279,922.83
8	Plástico	Galón	853,931.47	911,870.72	973,741.15	1,039,809.49	1,110,360.56
	Total		15,227,846.62	16,261,056.01	17,364,368.66	18,542,541.08	19,800,652.49

Nota: Para las proyecciones de los años segundo, tercero, cuarto y quinto año se consideraron dos criterios de crecimiento, el primero es la tasa de crecimiento de la población de un 1.7% anual y una tasa promedio de inflación anual de los precios de un 5%. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 33. Plan global de inversión

No.	Descripción	Monto total C\$
1	Capital de Trabajo	3,658,841.26
2	Inversión fija	2,586,488.00
3	Inversión diferida	63,975.00
4	Total	6,309,304.26

Nota: En el cuadro anterior se presenta el plan global de inversión y porcentualmente está distribuido de la siguiente manera: el capital de trabajo representa 35%, la Inversión fija comprende un 50%, y la inversión diferida representa el 15%. Restante. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 34. Tabla de origen y destino de fondos

No	Origen Destino	Financiamiento		
		Privado C\$	Préstamo C\$	Total C\$
1	Capital de trabajo	2,592,431.15	1,111,041.92	3,703,473.07
2	Inversión fija	0.00	2,586,488.00	2,586,488.00
3	Inversión diferida	63,975.00	0	63,975.00
4	Total	2,656,406.15	3,697,529.92	6,353,936.07

Nota: la tabla de Origen y destino de fondos expresa que el 70% de la inversión será cubierta con los recursos aportados por los socios y el 30% restante será financiado a través de recursos externos proveniente de una institución financiera. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 35. Presupuesto inversión fija

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo	1,100,040.00
2	Presupuesto de herramientas y utensilios de trabajo	13,628.00
3	Presupuesto de Mobiliario y Equipo de Oficina	82,765.00
4	Presupuesto de Equipo de reparto camión 10tn	495,000.00
5	Presupuesto de Infraestructura	895,055.00
6	Subtotal	2,586,488.00
7	Imprevistos 5%	129,324.40
8	Total	2,715,812.40

Nota: El cuadro anterior muestra los montos correspondientes a los presupuestos de inversión fija, el presupuesto de herramientas y equipo de trabajo representa un 40% del total, un 10% el presupuesto de herramientas y utensilio de trabajo, OTRO 10 % presupuesto mobiliario y equipo de oficina, y un 15 % el equipo de reparto, la infraestructura representa 25% del total. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 36. Presupuesto de herramientas y utensilio de trabajo

Nº	Herramientas o utensilios de trabajo	Cant	C/U	C/T
1	juego de cuchillo (20cm x 2 cm)	1	1,500.00	1,500.00
2	1PH de mesa	3	900.00	2,700.00
3	Tablas para picar	2	700.00	1,400.00
4	Descascarador, cortador, descorazonador	8	396.00	3,168.00
5	Coladores de aluminio	3	350.00	1,050.00
6	juego de cucharas medidoras	2	330.00	660.00
7	Cajillas para manipulación de frutas	10	200.00	2,000.00
8	Cucharas	6	80.00	480.00
9	Embudo	6	70.00	420.00
10	Colador	5	50.00	250.00
11	Subtotal			13,628.00
12	Imprevistos 5%			681.40
13	Total			14,309.40

Nota: En el cuadro anterior se presenta la información sobre las herramientas y utensilio de trabajo que se requerirá para el funcionamiento de la planta. Representando un 5% del monto total. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 37. Presupuesto de mobiliario y equipo de oficina

N°	Descripción	Cant	C/U	C/T
1	Escritorio	1	10,000.00	10,000.00
2	Sillas	3	6,480.00	19,480.00
3	Sillas metálica	4	500.00	2,000.00
4	Archivadores metálicos de 6 gavetas	2	7,950.00	15,900.00
5	Computadora de escritorio	1	24,000.00	24,000.00
6	Impresora	1	4,800.00	4,800.00
7	Batería	1	1,950.00	1,950.00
8	Engrapadora	5	90.00	450.00
9	Perforadora	3	95.00	285.00
10	Calculadora	1	500.00	500.00
11	pizarra pequeña	1	1,000.00	1,000.00
12	Abanico	2	1,200.00	2,400.00
13	Subtotal			82,765.00
14	Imprevistos 5%			4,138.25
15	Total			86,903.25

Nota: En el cuadro se presenta la información sobre el mobiliario y equipos de oficina que se requerirá para el funcionamiento de la planta. Representando un 72.30% del monto total la computadora de escritorio, el escritorio y sillas representa un 16.68% y los archivadores un 8.34%. Los otros artículos representan un mínimo porcentaje del monto total. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 38. Presupuesto de infraestructura

N°	Descripción	U/M	C/U C\$	C. T C\$
1	Infraestructura	1	895,055.00	895,055.00
2	Subtotal			895,055.00
3	Imprevistos 6.50%			58,178.58
4	Total			953,233.58

Nota: Para el presupuesto de la infraestructura se tomó en cuenta el establecimiento de la planta en la cual se llevará a cabo el proceso de transformación y elaboración de néctares. Su costo total es de C\$ 895,055.00 representando así el 100% de este presupuesto y su depreciación será cargada a los costos indirectos de fabricación. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 39. Presupuesto de Inversión diferida

Nº	Descripción	Costo total C\$
1	Instalación de agua potable	1,155.00
2	Instalación de tanque de agua	10,000.00
3	Instalación de energía eléctrica	660.00
4	Registro sanitario	4,290.00
5	Matricula de Alcaldía	120.00
6	Manual de contabilidad	16,500.00
7	Manual de Normas y Procedimientos	14,850.00
8	Manual de cargos y funciones	14,850.00
9	Gastos legales	1,550.00
10	Subtotal	63,975.00
11	Imprevistos 5%	3,198.75
12	Total	67,173.75

Nota: En el presupuesto de inversión diferida se presenta los costó de la instalación del servicio básico que representa un 20%, un 15% el registro de la alcaldía y registro sanitario, el 60% representan los diferentes tipos de manuales y un 5% gastos legales teniendo unos costos totales que es C\$ 63,975.00. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 40. Presupuesto de Capital trabajo

Nº	Descripción	Año 1
1	Presupuesto de Materia Prima	42,634,700.00
2	Presupuesto de Mano de Obra Directa	480,000.00
3	Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación	165,772.64
4	Presupuesto de Gastos de Ventas	625,622.52
5	Presupuesto de Gastos de Administración	535,581.64
6	Total	44,441,676.79
7	Capital de trabajo para 1 mes de operaciones	3,658,841.26

Nota: En el cuadro se presentan los presupuestos que componen el capital de trabajo, el 45% lo representa el presupuesto de materiales, el presupuesto de M.O.D representa 10%, un 10% el presupuesto de C.I.F, los gastos de venta 15% y el presupuesto de gastos de administración representan 20% del total. Se consideró un capital para el primer mes de operación por un monto de C\$ 3, 658,841.26 Córdobas. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 41. Presupuesto de materia prima

N°	Descripción	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
1	Maracuyá	15,191,400.00	16,222,136.49	17,322,808.45	18,498,161.00	19,753,261.23
2	Naranja	3,797,850.00	4,055,534.12	4,330,702.11	4,624,540.25	4,938,315.31
3	Limón	5,810,770.00	6,205,030.74	6,626,042.08	7,075,619.04	7,555,699.79
4	Piña	15,191,380.00	16,222,115.13	17,322,785.64	18,498,136.65	19,753,235.22
5	Mango	2,643,300.00	2,822,647.91	3,014,164.57	3,218,675.63	3,437,062.77
6	Total	42,634,700.00	45,527,464.40	48,616,502.85	51,915,132.57	55,437,574.32

Nota: En el cuadro se presenta la información relacionada con el presupuesto de materia prima proyectados para 5 años, en él se considera una tasa de incremento del 5% anual por efecto de la inflación y un 1.7% de crecimiento de la población. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 42. Presupuesto consolidado de mano de obra directa

N°	Cargo	N°	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	operarios	4	240,000.00	264,000.00	290,400.00	319,440.00	351,384.00
2	Obreros	4	240,000.00	264,000.00	290,400.00	319,440.00	351,384.00
3	TOTAL	8	480,000.00	528,000.00	580,800.00	638,880.00	702,768.00

Nota: En el cuadro anterior se muestra el presupuesto de mano de obra directa los salarios se establecieron tomando en consideración a la tabla de salario mínimo del MITRAB. Para el año 1 y para proyectar los salarios de los años posteriores se tomó como promedio un 10% de incremento tomando en consideración los incrementos experimentado en los años anteriores, Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 43. Presupuesto Costos directo

Nº	Descripción	1	2	3	4	5
1	Materia Prima	42,634,700.00	45,527,464.40	48,616,502.85	51,915,132.57	55,437,574.32
2	MOD	480,000.00	528,000.00	580,800.00	638,880.00	702,768.00
3	TOTAL	43,114,700.00	46,055,464.40	49,197,302.85	52,554,012.57	56,140,342.32

Nota: En el cuadro se presenta el presupuesto de los costos directos el que está compuesto por el saldo total del presupuesto de materia prima y el presupuesto de mano de obra directa, Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 44. Presupuesto de costos indirectos fabricación

(En efectivo para incluirse en el flujo de efectivo)

No.	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Ctos directos	43,114,700.00	46,055,464.40	49,197,302.85	52,554,012.57	56,140,342.32
2	CIF	15,284,533.66	16,240,094.86	17,257,461.91	18,340,814.46	19,494,627.38
	Ctos Totales	58,399,233.66	62,295,559.26	66,454,764.77	70,894,827.03	75,634,969.70

Nota: En el presupuesto de costos total de producción se identifican las cantidades de los costos directos y los CIF proyectados a cinco años, para calcular las proyecciones se tomó en cuenta el 5% que corresponde a la inflación, y el incremento del salario mínimo en este caso se utilizó un 10%. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 45. Presupuesto de costos indirectos fabricación

(Montos en depreciaciones incluirse en el estado de resultado)

No.	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Ctos directos	43,114,700.00	46,055,464.40	49,197,302.85	52,554,012.57	56,140,342.32
2	CIF	15,450,306.29	16,405,867.50	17,423,234.55	18,501,178.76	19,654,991.68
	Costos totales	58,565,006.29	62,461,331.89	66,620,537.40	71,055,191.33	75,795,334.00

Nota: en este cuadro de los costó totales se muestra los costos directos y los CIF con su respectiva depreciación el cual se incluirá en el estado de resultado. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 46. Presupuesto Gastos operativos**(En efectivo para incluirse en el flujo de efectivo)**

N°	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Pres. de Gastos de venta.	609,415.90	639,886.70	671,881.03	705,475.08	740,748.84
2	Pres. de Gasto de Admón.	535,581.64	562,360.72	590,478.75	620,002.69	651,002.82
3	Subtotal	1,144,997.54	1,202,247.41	1,262,359.78	1,325,477.77	1,391,751.66

Fuente: Elaboración propia**Cuadro 47. Presupuesto Gastos operativos****(Para incluirse en el Estado de resultado)**

N°	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Pres. De Gasto de venta.	609,415.90	639,886.70	671,881.03	705,475.08	740,748.84
2	Dep. De Gasto de venta.	16,206.62	16,206.62	16,206.62	16,206.62	16,206.62
3	Subtotal N° 1	625,622.52	656,093.32	688,087.65	721,681.70	756,955.46
4	Pres. de Gasto de Admón.	535,581.64	562,360.72	590,478.75	620,002.69	651,002.82
5	Dep. de Gasto de Admón.	9,019.86	9,019.86	9,019.86	9,019.86	9,019.86
6	Subtotal N° 2	544,601.50	571,380.58	599,498.61	629,022.55	660,022.68
7	Total	1,170,224.01	1,227,473.89	1,287,586.26	1,350,704.25	1,416,978.14

Nota: Los cuadros 45 y 46 presentan información relacionada a los gastos operativos, en el cuadro 45 aparecen los montos de los gastos que se realizan en efectivo, los cuales se incluyen en el presupuesto de flujo de efectivo y en el cuadro 46 se detallan además de los gastos operativos en efectivo los montos en concepto de depreciación los que se imputan al estado de resultado. El incremento de cada uno de ellos, fue estimado considerando una variación de los precios del 5% correspondiente al aumento de la inflación. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Cuadro 48.Flujo de efectivo proyectado 2020-2024

**Gómez – Salgado Sociedad Anónima
“GOMESA”**

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas de contados	14,593,353.01	15,610,613.77	16,669,793.92	17,800,839.43	19,008,626.39
Ventas al crédito	0	634,493.61	650,442.24	694,574.75	741,701.64
Aportación Privada	2,656,406.15	0.00	0.00	0.00	0.00
Préstamo No. 1	1,111,830.33			0.00	0.00
Préstamo No 2	2,586,488.00		0.00	0.00	0.00
Otros Ingresos					
Total de ingresos	20,948,077.49	16,245,107.38	17,320,236.16	18,495,414.18	19,750,328.03
EGRESOS					
Inversiones Fijas	2,586,488.00	0.00	0.00	6,795.00	1,400.00
Inversión Diferido	63,975.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costos de Producción	58,399,233.66	62,882,177.98	67,714,381.82	72,923,381.14	78,538,900.92
Gastos de Admón.	535,581.64	562,360.72	590,478.75	620,002.69	651,002.82
Gastos de Ventas	609,415.90	639,886.70	671,881.03	705,475.08	740,748.84
Otros gastos	0	-	-		
Amort. de préstamos No. 1	137,175.72	170,591.25	212,146.70	263,824.91	328,091.75
Amort. de préstamos No 2	350,580.04	419,159.87	501,155.16	599,190.22	716,402.71
Pago de Int. Prést. No. 1	231,314.81	197,899.28	156,343.83	104,665.62	40,398.78
Pago de Int. Prést. No. 2	437,577.50	368,997.67	287,002.38	188,967.33	71,754.83
Pago de Impuestos	0	0	0	0	0
U. repartida	0	0	0	0	0
Total de egresos	63,351,342.27	64,654,454.74	68,873,772.62	73,383,747.88	78,184,769.43
F.N.E.	- 42,403,264.78	-48,409,347.36	-51,553,536.47	-54,888,333.70	-58,434,441.40
F.N.E. Acumulado	- 42,403,264.78	-90,843,854.40	-142,397,390.86	-197,285,724.56	-255,720,165.96

Nota: El flujo de efectivo está proyectado a 5 años, en él se presentan los ingresos y egresos del negocio. Los datos reflejan que el negocio obtiene menores ingresos que egresos en efectivo durante los cinco años, por tal razón los saldos son negativos. Tipo de cambio de C\$ 33.29 Córdobas por US\$ 1.00 dólar de EUA. Vigente al 07 de agosto 2019.

Cuadro 49. Estado de resultado proyectado 2020-2024

**Gómez – Salgado Sociedad Anónima
“GOMESA”**

Conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	15,227,846.62	16,261,056.01	17,364,368.66	18,542,541.08	19,800,652.49
-Costo de lo Vendido	58,565,006.29	62,461,331.89	66,620,537.40	71,055,191.33	75,795,334.00
Utilidad Bruta/Perdida	-43,337,159.67	-46,200,275.88	-49,256,168.74	-52,512,650.26	-55,994,681.51
Gastos de Operación					
+Gastos de Admón.	567,118.16	593,897.24	622,015.28	635,622.55	666,622.68
+Gastos de Ventas	625,622.52	656,093.32	688,087.65	721,681.70	756,955.46
Gastos Finan prest 1. Intereses	231,314.81	197,899.28	156,343.83	104,665.62	40,398.78
Gastos Finan prest 2. Intereses	437,577.50	368,997.67	287,002.38	188,967.33	71,754.83
Total Gastos de Op	1,861,632.99	1,816,887.50	1,753,449.14	1,650,937.20	1,535,731.75
Utilidad/perdida en Operación	- 45,198,792.66	-48,017,163.38	-51,009,617.88	-54,163,587.46	-57,530,413.26
Utilidad Neta o perdida	- 45,198,792.66	-48,017,163.38	-51,009,617.88	-54,163,587.46	-57,530,413.26
Utilidad repartida	0	0	0	0	0
Utilidad retenida	0	0	0	0	0
Perdidas Acumulada	- 45,198,792.66	-93,215,956.05	-144,225,573.93	-198,389,161.38	-255,919,574.64

Nota: El cuadro detalla la información relativa al estado de resultado proyectado a un periodo de cinco años, tales como los ingresos por ventas, costos de los vendidos, la perdida bruta y los gastos de operación y las pérdidas netas, los resultados reflejan que los costos de producción y los gastos de operación son más altos que los ingresos por ventas demostrando que el negocio de procesamiento de frutas y comercialización de néctares a esos niveles de producción y comercialización no son **rentables**.

Cuadro 50. Balance General proyectado 2020-2024

**Gómez – Salgado Sociedad Anónima
“GOMESA”**

Concepto	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Activos					
Activos Circulantes					
Caja	- 42,434,507.04	-90,843,854.40	-142,397,390.86	-197,285,724.56	-255,720,165.96
Cuentas por cobrar	634,493.61	650,442.24	694,574.75	741,701.64	792,026.10
Total Activos Circulante	- 41,800,013.43	-90,193,412.16	-141,702,816.12	-196,544,022.92	-254,928,139.86
Activos Fijos					
Maquinaria y equipo de Trabajo	1,100,040.00	1,100,040.00	1,100,040.00	1,100,040.00	1,100,040.00
Dep Acu de maq y equipo De Trabajo	95,868.00	191,736.00	287,604.00	383,472.00	479,340.00
Herramienta y utensilio de trabajo	13,628.00	13,628.00	13,628.00	19,188.00	20,588.00
Dep. Acum. de H y U. de trabajo	3,536.93	7,073.87	10,610.80	14,147.73	17,684.67
Mobiliario y Equipo de Oficina	82,765.00	82,765.00	82,765.00	84,000.00	84,000.00
Dep. Acum. de Mov y eq. de oficina	15,033.10	30,066.19	45,099.29	60,132.38	75,165.48
Camión 10 tn (Usado)	495,000.00	495,000.00	495,000.00	495,000.00	495,000.00
Dep de Eq. Rodamiento. (Camión)	33,000.00	66,000.00	99,000.00	132,000.00	165,000.00
Infraestructura de la planta.	895,055.00	895,055.00	895,055.00	895,055.00	895,055.00
Dep de infraestructura de la planta	44,752.75	89,505.50	134,258.25	179,011.00	223,763.75
Total Activos Fijos brutos	2,586,488.00	2,586,488.00	2,586,488.00	2,593,283.00	2,594,683.00
Depreciación. y amortización.	192,190.78	384,381.56	576,572.34	768,763.11	960,953.89
Total Activos Fijos netos	2,394,297.22	2,202,106.44	2,009,915.66	1,824,519.89	1,633,729.11
Gastos operativos	63,975.00	63,975.00	63,975.00	0.00	0.00
Depreciación Acumulada de gtos ope.	21,325.00	42,650.00	63,975.00	0.00	0.00
Total Gastos operativos	42,650.00	21,325.00	0.00	0.00	0.00
Total Activos	- 39,363,066.21	-87,969,980.72	-139,692,900.45	-194,719,503.03	-253,294,410.76

Cuadro 51. Balance General proyectado 2020-2024**Gómez – Salgado Sociedad Anónima
“GOMESA”**

Concepto	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Pasivos					
Préstamo No. 1	1,111,830.33	1,111,830.33	1,111,830.33	1,111,830.33	1,111,830.33
Amortización préstamo No. 1	137,175.72	307,766.97	519,913.67	783,738.58	1,111,830.33
Préstamo No. 2	2,586,488.00	2,586,488.00	2,586,488.00	2,586,488.00	2,586,488.00
Amortización préstamo No. 2	350,580.04	769,739.92	1,270,895.08	1,870,085.29	2,586,488.00
Total pasivos	3,210,562.57	2,620,811.45	1,907,509.59	1,044,494.46	0.00
Capital contable					
Capital Social	2625163.884	2,625,163.88	2,625,163.88	2,625,163.88	2,625,163.88
Transferencia	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidades o Perdidas	- 45,198,792.66	-93,215,956.05	-144,225,573.93	-198,389,161.38	-255,919,574.64
Total Capital contable	-42,573,628.78	-90,590,792.16	-141,600,410.04	-195,763,997.50	-253,294,410.76
Total Pasivo + Capital	-39,363,066.21	-87,969,980.72	-139,692,900.46	-194,719,503.04	-253,294,410.76

Nota: El cuadro representa el balance general del negocio proyectado a 5 años, en él se detalla las depreciaciones de cada uno de los presupuestos, los activos, los pasivos y el capital social como se observar el balance sigue mostrando saldos negativos lo que determina que el establecimiento de esta empresa no es **Rentable** y que no hay necesidad de elaborar el VAN y TIR porque a simple vista se observa que no se puede recuperar el capital ya que desde el primer año sus saldos son negativos.

8.3. Punto de equilibrio

Cuadro 52. Punto de equilibrio

Unidades vendidas	Ingreso por ventas	Costo total	Costos fijos	Costos variables
0	0	1,296,696.164	1,296,696.164	0
1	3,045,569.325	12,963,324.73	1,296,696.164	11,666,628.57
2	6,091,138.649	24,629,953.29	1,296,696.164	23,333,257.13
3	9,136,707.974	36,296,581.85	1,296,696.164	34,999,885.69
4	12,182,277.3	47,963,210.41	1,296,696.164	46,666,514.25

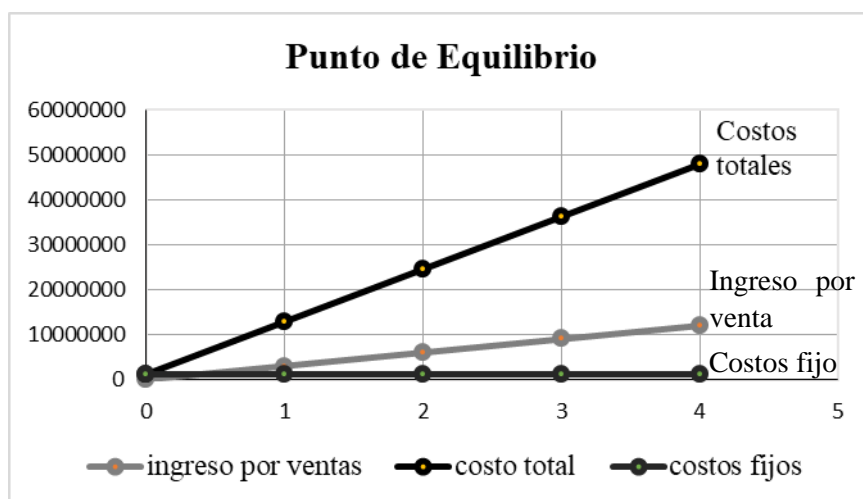


Figura 25. Punto de equilibrio

Fuente: Elaboración propia

El Punto de equilibrio Instrumento financiero que indica el nivel de ventas necesario para que se pueda cubrir los costos y los gastos fijos y variables de un periodo determinado. En la gráfica, el punto de equilibrio se presenta, cuando la curva de los costos totales se cruza con las curvas de los ingresos por venta, en ese punto de convergencia el negocio ni gana, ni pierde, es decir está en equilibrio. De lo contrario cuando no existe intercepción de ambas curvas se dice que no hay punto de equilibrio. En figura 25 se presenta los resultados del cálculo del punto de equilibrio de GOMESA, en ella se observa que no se presenta la intercepción entre la curva de los costos y gastos totales y la curva de los ingresos por ventas, por lo tanto no existe equilibrio en el negocio de GOMESA, producto que los ingresos son inferiores a los costos y gastos totales

8.4. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un término usado frecuentemente en las empresas para realizar una toma de decisiones acertadas acerca de la inversión de sus capitales, este análisis consiste en el cálculo de los nuevos flujos de caja, en proyectos, negocios y otro.

Es una herramienta simple de aplicar y puede proporcionarnos información básica para que se tome una decisión acorde al riesgo que se prefiera asumir.

La base para la aplicación de este método es poder identificar los posibles escenarios de una inversión, estos se clasifican de la siguiente manera:

- **Escenario pesimista:** El peor panorama para una inversión, donde el resultado final de un proyecto es un rotundo fracaso.
- **Escenarios probables:** Como su nombre lo indica, sería el resultado más probable que se suponga para el análisis de una inversión, es un escenario objetivo y está basado en la mayor información posible. Es decir, es una mirada objetiva de la situación.
- **Escenario optimista:** Siempre está la posibilidad de que se logre más de lo esperado, cuando el escenario es optimista, motiva a los inversionistas a que corran el riesgo.

Para la realización del análisis de sensibilidad de GOMESA se utilizó el estado de resultado proyecto para el primer año de operación, cabe señalar que en todos los años proyectados los ingresos por ventas resultaron ser menor que los costos de producción y los gastos de operación repercutiendo negativamente en las actividades económicas, al producir pérdidas.

Los escenarios que se presentaron para el negocio fueron los siguientes

Escenario pesimista: En este escenario correspondió al resultado proyectado para el primer año de operaciones.

Escenarios probables: Para este escenario se consideró un incremento en las ventas de un 20% y una reducción de los costos y gastos de operación de un 20% y los resultados generan una pérdida de C\$30, 201,673.95 Córdobas

Escenario optimista, En un escenario optimista GOMESA se propone un incremento de las ventas de un 50% y una disminución de los costos y gastos de operación de un 50%, aun bajo este panorama GOMESA sigue generando **pérdidas** por un monto de C\$ **3, 137,641.88** Córdobas.

Cuadro 53. Análisis de sensibilidad del estado de resultado

Concepto	Pesimista	Más probable	Optimista
		Las Vtas Aumentan en un 20% y los Ctos y gtos bajan un 20%	Las Vtas suben un 50% y los costos y gastos bajan un 50%
Ventas Totales	15,227,846.62	18,273,415.95	22,841,769.93
-Costo de lo Vendido	-58,565,006.29	- 46,852,005.04	- 29,282,503.15
Utilidad Bruta	- 43,337,159.67	- 28,578,589.09	-1,872,379.23
Gastos de Operación			
+Gastos de Admón.	567,118.16	453,694.53	283,559.08
+Gastos de Ventas	625,622.52	500,498.02	312,811.26
Gastos Finan prest 1.	231,314.81	231,314.81	231,314.81
Gastos Finan prest 2.	437,577.50	437,577.50	437,577.50
Total Gastos de Op	1,861,632.99	1,623,084.86	1,265,262.65
Perdida en Operación	-45,198,792.66	- 30,201,673.95	- 3,137,641.88
Pérdida Neta	-45,198,792.66	- 30,201,673.95	- 3,137,641.88

Fuente: Elaboración

8.5. Análisis de los indicadores financieros

El Valor Actual Neto (VAN)

VAN: El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un negocio. Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el negocio no es **rentable**. Por el contrario, sino queda ganancias en negocio no es **rentable**

El VAN se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = II + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5}$$

El criterio de selección de la inversión es el siguiente

1. **VAN < 0 el negocio no es rentable.** Cuando la inversión es mayor que los flujos de efectivos descontados. Por tanto, esta no se recupera
2. **VAN > 0 el negocio es rentable.** Cuando los flujos descontados son mayores que la inversión inicial, lográndose la recuperación de dicha inversión

Cuadro 54. Cálculos de los indicadores financieros VAN Y TIR.

Años	0	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
A. Ingresos		20,948,077.49	16,413,953.75	17,689,826.78	19,094,399.03	20,610,494.31
Invers Inic.	2,586,488					
B. Egresos		63,351,342.27	65,241,073.47	70,133,389.68	75,412,301.99	81,088,700.65
F.N (A-B)	-2,586,488	- 42,403,264.78	- 48,827,119.72	- 52,443,562.90	- 56,317,902.96	- 60,478,206.34

Nota: En el cuadro se detallan los datos retomados del flujo de efectivo para calcular los indicadores financieros.

8.5.1. Calculo de VAN

$$\text{VAN} = -2,586,488 + (-42,403,264.78) / (1+0.22)^1 + (-48,827,119.72) / (1+0.10)^2 + (-52,443,562.90) / (1+0.22)^3 + (-56,317,902.96) / (1+0.22)^4 + (-60,478,206.34) / (1+0.22)^5$$

$$\text{VAN1} = -2,586,488 + (-34,756,774.41) + (-32,805,105.97) + (-28,881,031.29) + (-25,421,850.03) + (-22,376,891.14)$$

$$\text{VAN 1} = -2,586,488 + (-114,355,445.93)$$

$$\text{VAN1} = -144, 241,652.8$$

Los resultados del cálculo de VAN, señalan que este es negativo, lo que implica que la inversión que se realizaría para el establecimiento de la empresa, no se recuperaría.

8.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La **TIR** es una herramienta muy importante para tomar la decisión de llevar a cabo un nuevo proyecto o negocio. Para el cálculo de la TIR, se requiere determinar dos tipos de VANs, uno positivos, cuando los flujos descontados de la inversión son mayores que la inversión y un segundo VAN, negativo cuando los flujos descontados de la inversión son negativos. Al calcular dos VANs se determinan dos tasas de interés la tasa del VAN positivo y la tasa del VAN negativo, los resultados del primer VAN del negocio de GOMESA resulto negativo, volviendo innecesario el cálculo de un VAN positivo, por lo que se determina que el negocio de los néctares de GOMESA no es **rentable**.

IX. Plan ambiental

9.1. Objetivo General

Determinar el impacto ambiental que tendrá el establecimiento de la planta procesadora GOMESA en la comunidad los robles Jinotega, Jinotega.

Proponer alternativas de actividad para la mitigación y cuidado ambiental para los años 2020-2024.

9.2. Problema

El problema principal sería el plástico que es un problema global que nos atañe a todos. En poco más de 50 años el uso de plástico en todos los ámbitos de nuestra vida ha aumentado exponencialmente y todas las industrias lo usan para crear sus productos: desde el sector de la automoción hasta la industria textil, la construcción y por supuesto, los embalajes de la comida de los supermercados. El establecimiento de una planta procesadora podría tener repercusiones en cuanto al lavado y procesamiento de las frutas donde se genera mucho consumo de agua y seríamos generadores de desechos recalando que las emisiones gaseosas son menores pero los olores pueden ser importantes para mantener un ambiente saludable.

9.3. Alternativa

La planta procesadora **GOMESA** implementará alternativas viables y amigables con el medio ambiente en las que se realizarán actividades tales como:

- Limpiezas dentro y fuera de las instalaciones sin uso de tóxicos
- Planes de reforestación de la finca para contrarrestar el mal hedor que puedan causar los cítricos u otras frutas.
- Se promoverá la construcción de una pila séptica para alojar aguas residuales y evitar contaminación.
- Colocación de basureros en el municipio de Jinotega y en la comunidad.
- Usar embotellamiento más amigable con el entorno, hasta completos procesos productivos que se procuran dañar lo menos posible al planeta donde vivimos.

- Promover la campaña Reciclar, Reducir y reutilizar.
- Promover el uso de botellas retornables o de empaques de cartón o lata.
- Concientizar a la población sobre la reducción del uso de plástico, evitando las bolsas de ese material para las compras y utilizando las de tela.
- Hacer campañas de recolección de plástico de nuestras calles y vías fluviales y limpiezas alrededor del lago.

Determinar los posibles impactos y medidas de mitigación según componente del negocio

Cuadro 55. Impacto ambiental

No	Componentes	Impactos	Medidas de Mitigación.
01	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de néctar natural. 	<p>Alto consumo de Agua</p> <p>Generadores de desechos</p>	<p>Limpieza dentro y fuera de la instalaciones sin uso toxico</p> <p>.</p> <p>Reforestar para contrarrestar el mal olor de los desechos que puedan causar los cítricos y otras frutas.</p> <p>Construcción de pila séptica para alojamiento de aguas residuales.</p>

9.4. Conclusión del plan de impacto ambiental.

El negocio es amigable con el medio ambiente ya que habrá poco uso de tóxicos para la limpieza de las instalaciones también habrá recolector de aguas residuales para evitar la contaminación del medio ambiente.

X. Conclusiones

- El plan mercado indica que el negocio es **viable** desde el punto de vista comercial ya que existe demanda por parte de los consumidores dispuestos a comprar néctares naturales.
- El plan de producción demuestra que el establecimiento de la planta procesadora en la comunidad los robles es **factible** debido a que se cuenta con proveedores de materia prima y mano de obra capacitada la elaboración de los néctares. Además, se cuentan con condiciones de infraestructura adecuada para el establecimiento de la planta.
- El plan organizacional de muestra que desde ese punto de vista el negocio es viable ya que cuenta con el personal capacitado para la producción.
- Los indicadores financieros revelan un comportamiento de los años proyectados del negocio y de muestra que no es **rentable** el establecimiento de la planta procesadora, debido a que, en el flujo de efectivo, el balance general y en el estado de resultado todos sus saldos son negativos, considerando además que la inversión no se recupera en el primer año de operaciones.
- El plan de negocio contempla medidas de protección y conservación del medio ambiente. En cuanto a la contaminación eólica es poca o nula por la gran cantidad de árboles que existe en la comunidad los robles y comunidades aledañas.
- En síntesis, se ha demostrado que desde el punto de vista mercadológico, organizacional y ambiental el plan de negocio es viable, desde el punto de vista de la producción es factible, pero desde los resultados del plan financiero y análisis de los indicadores financieros el negocio no es rentable por lo se toma la decisión de no implementar el presenta plan de negocios

XI. Recomendaciones

- Plan de mercado
 - Tomar en cuenta las diferentes estrategias para contrarrestar la debilidad y amenazas que el negocio pueda tener.
 - Ampliar el mercado a través de nuevos clientes y hacia otros departamentos y municipio.
- Plan de producción
 - Generar alianzas con los proveedores para garantizar materia prima de calidad y lograr cumplir con las metas de producción establecidas.
 - Cumplir con las ventas proyectadas.
- Plan organizacional
 - Establecer alianzas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la gestión de posibles fuentes de financiamiento.
 - Realizar convenios con instituciones para la obtención de capacitaciones y asistencia técnica por parte de estos.
- Plan Financiero
 - Implementación de un sistema contable para el registro de las operaciones.
 - Se recomienda no implementar el plan.
- Plan Ambiental
 - Realizar campañas de forestación.
 - Mantener limpias todas las áreas de la empresa.
 - Concientizar a las comunidades sobre el cuidado del medio ambiente.

En síntesis se recomienda que este trabajo sea retomado para revisar la información y ajustar la inversión, quizás ejecutando el proyecto de forma artesanal para que sea rentable.

XII. Bibliografía

Sitios web

- apen. (19 de enero de 2018). <http://apen.org.ni>. Obtenido de <http://apen.org.ni: http://apen.org.ni/wp-content/uploads/2018/01/Copia-de-PRECIOS-19-DE-ENERO-2018.pdf>
- Borello, A. (2000). *Plan de negocio*. Colombia: MCGRAW-HILL/Interamericana colombia.
- Cardy, L. G.-M. (2008). *GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- Cruz, E. S. (24 de Enero de 2017). "VAN Y TIR". (CreceNegocios, Entrevistador)
- Fromnicaragua. (19 de junio de 2016). <http://fromnicaragua.com>. Obtenido de <http://fromnicaragua.com: http://fromnicaragua.com/mangosdenicaragua/>
- Gomez, P. (19 de mayo de 2016). hoy. *Mangos dulces y frescos en el Huembes*.
- gonzalo. (15 de mayo de 2019). *envasa*. Obtenido de *envasa*: <https://www.envasa.com>
- Grupo Orna S.A. (21 de Mayo de 2019). Obtenido de Grupo Orna S.A: <http://www.ornasa.com/>
- INTEGRA. (2014). *Analisis financiero*. desarrollado por integra tecnologia y comunicacion de canarias, S.L.
- Merino, J. P. (25 de febrero de 2009). *WordPress*. Obtenido de WordPress.org: <https://definicion.de/punto-de-equilibrio/>
- pinson, L. (2003). *Anatomia de un plan de negocio*. Los angeles: Out of your mind.
- secretaria deeconomia. (2011). *guias empresariales*. sp.
- Videa, G. E. (2012). *Plan de negocio, establecimiento de vivero para producción y comercialización de forrajes verdes hidropónicos de maíz (Zea mays), Camoapa, Boaco, 2011 - 2016. Plan de negocio, establecimiento de vivero para producción y comercialización de forrajes verdes hidropónicos de maíz (Zea mays), Camoapa, Boaco, 2011 - 2016*. Managua, Managua, Nicaragua.

XIII. Anexos

Anexos 1. Requerimiento materia prima semanal

Descripción	Cant	U/M	C/U	C/T
Maracuyá	1,460.71	Sacos	200	292,142
Naranja	1,460.71	Sacos	50	73,036
Limón	657.33	Sacos	170	111,746
Piña	14,607	Unidades	20	292,142
Mango	847	Cajillas	60	50,833
Total				819,898

Fuente: Elaboración propia

Anexos 2. Requerimientos de insumo semanal

Descripción	Cant	U/M	C/U	C/T
Azúcar	146	QQ	900	131,538
Ácido cítrico	15	QQ	700	10,231
Benzoato de sodio	15	QQ	550	8,038
Bisulfito de sodio	15	QQ	300	4,385
Sorbato de potasio	15	QQ	180	2,631
Total	205			156,823

Fuente: Elaboración propia

Anexos 3. Adquisición de dotación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Costo \$	vida útil	Depreciación
Pijama de trabajo	12	726	8,712	264	3	88
botas blancas	15	429	6,435	195	3	65
Delantal impermeable	15	165	2,475	75	3	25
Gorros	20	66	1,320	40	1	40
Mascarilla	20	33	660	20	1	20
Guantes	200	17	3,400	103	1	103
Total		1436	23,002	697		341

Fuente: Elaboración propia

Anexos 4. Presupuesto de consolidado salarial de mano de obra directa mensual

Cargo	N°	S.B.M.(C\$)
operarios	4	5,000.00
Obreros	4	5,000.00
TOTAL	8	10,000.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 5. Presupuesto de consolidado mano de obra indirecta mensual

Cargo	N°	S.B.M.(C\$)
Jefe de producción	1	10,000.00
Personal de seguridad	2	5,000.00
Supervisor	1	6,600.00
TOTAL	4	21,600.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 6. Prestaciones Sociales

Descripción	Prestaciones Sociales					Total Prestaciones
	Inss Patronal	Inatec	Vacaciones	Indemnización	Aguinaldo	
Jefe de producción	157,950.00	2,400.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	190,350.00
Operarios	78,975.00	1,200.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	95,175.00
Obreros	78,975.00	1,200.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	95,175.00
Personal de seguridad	78,975.00	1,200.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	95,175.00
Supervisor	104,247.00	1,584.00	6,600.00	6,600.00	6,600.00	125,631.00
TOTAL	499,122.00	7,584.00	31,600.00	31,600.00	31,600.00	601,506.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 7. Tabla de consumo y el costo total de energía en la empresa

Descripción	1	2	3	4	5
Costo de kW/h	5.5	5.78	6.06	6.37	6.69
Total promedio de kW/h día	110	113.08	116.25	119.50	122.85
Días laborales	26	26	26	26	26
Total KW/h al mes	2,860	2940.08	3,022.40	3,107.03	3,194.03
Total kW/h al año	34,320	35,280.96	36,268.83	37,284.35	38,328.32
Costo total del consumo de KW/h al año	188,760.00	203,747.54	219,925.10	237,387.15	256,235.69

Nota: Según tarifas indicativas de energía emitidas por la empresa disnorte y dissur el kW/h es de 5.5 para un total de 34,320 córdobas al año este total se prorratea un 80% para el área de producción y un 20% para energía utilizada en el área de admón.

Fuente: Elaboración propia

Anexos 8. Tabla de consumo y el costo total de agua potable en la empresa

Descripción	1	2	3	4	5
Costo de mts3	7.09	7.44	7.82	8.21	8.62
Total promedio mts3/día	50	51.40	52.84	54.32	55.84
Días laborales	26	26	26	26	26
Total mts3 al mes	1,300	1336.4	1,373.82	1,412.29	1,451.83
Total mts3 al año	15,600	16,036.80	16,485.83	16,947.43	17,421.96
Costo total del consumo mts3 al año	110,604.00	119,385.96	128,865.20	139,097.10	150,141.41

Nota: según la tabla vigente de ENACAL sobre los costos por mts3 el costo es por 7.09 córdobas consumidos para un total de 8,361.66 para el primer año el cual se prorratea un 90% para el área de producción y un 10% para el área de admón.

Fuente: Elaboración propia

Anexos 9. Presupuesto gasto de ventas

Nº	Descripción	C/T
1	Salario del vendedor	105,415.20
2	Viatico del vendedor	21,083.04
3	Prestaciones vendedor	167,214.86
4	Publicidad	127,908.00
5	Papelería de oficina	1,101.80
6	Materiales de limpieza	385.00
7	Publicidad	127,908.00
8	Gasolina 40 %	58,400.00
	subtotal	609,415.90
9	Depreciación Camión 10 tn 40%	13,200.00
10	Depreciación mob y equi de oficina 20%	3,006.62
	Subtotal	16,206.62
	Total	625,622.52
	Imprevisto 5%	30,470.80
	Total	656,093.32

Nota: En el cuadro siguiente se refleja todos los gastos realizados en el área de venta en el cual debemos aclarar que el presupuesto de papelería de oficina ocupa un 20% del total, presupuesto de materiales de limpieza 15% y el camión 40% se consideró que para la fecha 07 de agosto del 2019 el cambio se encuentra a 33.29

Anexos 10. Presupuesto de gasto de administración

N°	Descripción	C/T
1	Salario administrador	175,692.00
2	prestaciones administrador	278,691.44
3	Papelería de oficina	4,407.20
4	Materiales de limpieza	385.00
5	Protección de seguridad	18,012.00
6	Teléfono	9,000.00
7	Internet	9,600.00
8	Página web	594.00
9	Gasolina 20%	29,200.00
10	Impeccion mecánica	1,000.00
11	Cambio de aceite	9,000.00
	Subtotal en efectivo	535,581.64
12	Depreciación de mob.equipo de oficina 60%	9,019.86
13	Depreciación camión 10 tn 20%	6,600.00
14	Amortización Manual de contabilidad	5,500.00
15	Amortización Manual de Norma y Procedimiento	4,950.00
16	Amortización Manual de cargo y funciones	4,950.00
17	Amortización Gastos legales	516.67
	Subtotal dep y amort	31,536.52
	Subtotal 2	567,118.16
	Imprevisto 5%	26,779.08
	Total	567,118.16

Nota: En este cuadro se reflejan todos los costos totales de los diferentes presupuestos de administración y cabe mencionar que el presupuesto de papelería de oficina le corresponde a un 80% presupuesto de materiales de limpieza 15% y el gasto del camión 20% se consideró que para la fecha 07 de agosto del 2019 el cambio se encuentra 33.29.

Anexos 11. Presupuesto de maquinaria y equipo de trabajo

Maquinaria y Equipo	Cant	C/U	C/T
Planta generadora de energía	1	300,000.00	300,000.00
Tanque homogeneizador con agitador	1	180,000.00	180,000.00
Despulpadora	1	150,000.00	150,000.00
Extractor de jugo	1	150,000.00	150,000.00
Llenadoras o dosificadoras	2	39,000.00	78,000.00
Tanque de almacenamiento de agua	1	27,400.00	27,400.00
Refrigeradora de pulpa	1	25,500.00	25,500.00
Olla de pasteurización	2	18,000.00	36,000.00
marmita de acero inoxidable	1	12,000.00	12,000.00
Estufa de gas o eléctrica	2	12,000.00	24,000.00
Etiquetadora semi automática	1	11,900.00	11,900.00
Mesas de acondicionamiento de frutas	2	9,000.00	18,000.00
Mesas de acero	3	9,000.00	27,000.00
Juego de extintores	2	8,250.00	16,500.00
Termómetro (laser en un rango de 200° centígrado)	1	7,260.00	7,260.00
pilas de lavado, enfriamiento y desinfección de acero inoxidable	1	6,600.00	6,600.00
Refractómetro digital de 0-30° Brix	2	5,000.00	10,000.00
carretilla de mano de acero inoxidable	1	4,290.00	4,290.00
Olla de aluminio 50lt	2	4,000.00	8,000.00
Balanza de capacidad gramos para los conservante	1	2,970.00	2,970.00
Balanza de capacidad 30kg	1	3,135.00	3,135.00
Balanza de 1-5000 g	1	1,485.00	1,485.00
Subtotal			1,100,040.00
Imprevisto 5%			55,002.00
Total			1,155,042.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 12. Presupuesto para la construcción de la planta.

REQUERIMIENTO PARA LA CONTRUCCION DE LA PLANTA				
Descripción	U/M	Cantidad	C/U	C/T
Tablas de 1x12x5	Unidad	48	300.00	14,400.00
Cuartones 2x2x5	Unidad	24	115.00	2,760.00
Reglas 1x3x5	Unidad	48	85.00	4,080.00
Hierro 1/2 pulgada	QQ	50	1,400.00	70,000.00
Hierro 3/8	QQ	76	1,140.00	86,640.00
Hierro 1/4	QQ	20	1,100.00	22,000.00
Alambre de amarre	QQ	3	25.00	75.00
Ladrillo cuarterón	Unidad	9000	5.00	45,000.00
Arena fina	Mt	90	400.00	36,000.00
Piedrín	Mt	90	800.00	72,000.00
Clavo de 3 pulgada	Lb	100	20.00	2,000.00
Clavo de 2 1/2 pulgada	Lb	100	20.00	2,000.00
Láminas de zin troquelado de 12 mt	Unidad	24	500.00	12,000.00
Perlines de 2x6 estándar	Unidad	56	640.00	35,840.00
Golosos de 1 pulgada punta broca	Unidad	1,400	2.00	2,800.00
Pintura	Gl	6	400.00	2,400.00
Diluyente	Gl	8	220.00	1,760.00
Cemento	Bolsa	800	280.00	224,000.00
Soldadura # 60-11-32	Caja	4	640.00	2,560.00
Disco de 9 pulgada para metal	Unidad	12	145.00	1,740.00
Cuarto frio(Modulo 2x2x2 2)	Unidad	1	255,000.00	255,000.00
Total			263,237.00	895,055.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 13. Depreciación de herramientas o utensilio de trabajo

Herramientas o utensilio de trabajo	C/T	vida útil	Valor residual	Depreciación
juego de cuchillo (20cm x 2 cm)	1,500.00	5	0	300
1PH de mesa	2,700.00	3	0	900
Tablas de picar	1,400.00	4	0	350
Descascarador, cortador, descorazonador	3,168.00	5	0	634
Coladores de aluminio	1,050.00	3	0	350
juego cuchara medidoras	660.00	3	0	220
Cajillas para manipulación de frutas	2,000.00	5	0	400
Cucharas	480.00	3	0	160
Embudo	420.00	3	0	140
Colador	250.00	3	0	83
Total	13,628.00			3,536.93

Fuente: Elaboración propia

Anexos 14. Depreciaciones de maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	C/T	vida útil	Valor residual	Depreciación
Planta generadora de energía	300,000.00	15	0	20,000
Tanque homogeneizador con agitador	180,000.00	15	0	12,000
Despulpadora	150,000.00	15	0	10,000
Extractor de jugo	150,000.00	15	0	10,000
Llenadoras o dosificadoras	78,000.00	15	0	5,200
Tanque de almacenamiento de agua	27,400.00	10	0	2,740
Refrigeradora de pulpa	25,500.00	15	0	1,700
Olla de pasteurización	36,000.00	10	0	3,600
marmita de acero inoxidable	12,000.00	5	0	2,400
Estufa de gas o eléctrica	24,000.00	5	0	4,800
Etiquetadora semi automática	11,900.00	5	0	2,380
Mesas de acondicionamiento de frutas	18,000.00	5	0	3,600
Mesas de acero	27,000.00	5	0	5,400
Juego de extintores	16,500.00	5	0	3,300
Termómetro (laser en un rango de 200° centígrado)	7,260.00	5	0	1,452
pilas de lavado, enfriamiento y desinfección de acero inoxidable	6,600.00	5	0	1,320
Refractómetro digital de 0-30° Brix	10,000.00	5	0	2,000
carretilla de mano de acero inoxidable	4,290.00	5	0	858
Olla de aluminio 50lt	8,000.00	5	0	1,600
Balanza de capacidad gramos para los conservante	2,970.00	5	0	594

Anexos 15. Depreciaciones de maquinaria y equipo (Continuación)				
Balanza de capacidad 30kg	3,135.00	5	0	627
Balanza de 1-5000 g	1,485.00	5	0	297
Total	1,100,040.00		0	95,868.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 16. Depreciación de mobiliario y equipo de oficina

Descripción	C/T	vida útil	Valor residual	Depreciación
Escritorio	10,000.00	7	0	1,428.57
Sillas	19,480.00	7	0	2,782.86
Sillas metálica	2,000.00	5	0	400.00
Archivadores metálicos de 6 gavetas	15,900.00	5	0	3,180.00
Computadora de escritorio	24,000.00	5	0	4,800.00
Impresora	4,800.00	5	0	960.00
Batería	1,950.00	5	0	390.00
Engrapadora	450.00	3	0	150.00
Perforadora	285.00	3	0	95.00
Calculadora	500.00	3	0	166.67
pizarra pequeña	1,000.00	5	0	200.00
Abanico	2,400.00	5	0	480.00
Total	82,765.00		0	15,033.10

Fuente: Elaboración propia

Anexos 17. Depreciación infraestructura

Descripción	U/M	C. T C\$	Vida útil	Depreciación
Infraestructura	1	895,055.00	20	44,752.75

Fuente: Elaboración propia

Anexos 18. Depreciación Camión

Descripción	cantidad	C/U	C/T	vida útil	Depreciación
camión de 10tn,	1	495,000	495,000	15	33,000.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 19. Amortización inversión diferida

Nº	Descripción	Costo total C\$	Año de amortización	Amortización anual
1	Instalación de agua potable	1,155.00	3	385
2	Instalación de tanque de agua	10,000.00	3	3,333
3	Instalación de Energía eléctrica	660.00	3	220
4	Registro sanitario	4,290.00	3	1,430
5	Matricula de Alcaldía	120.00	3	40
6	Manual de contabilidad	16,500.00	3	5,500
7	Manual de Norma y Procedimiento	14,850.00	3	4,950
8	Manual de cargo y funciones	14,850.00	3	4,950
9	Gastos legales	1,550.00	3	516.67
	Subtotal	63,975.00		21,325.00
	Imprevisto 5%	3,198.75		
	Total	67,173.75		

Fuente: Elaboración propia

Anexos 20. Amortización de préstamo capital de trabajo

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
-				1,111,830.33
1	30,707.54	20,383.56	10,323.99	1,101,506.34
2	30,707.54	20,194.28	10,513.26	1,090,993.08
3	30,707.54	20,001.54	10,706.00	1,080,287.08
4	30,707.54	19,805.26	10,902.28	1,069,384.80
5	30,707.54	19,605.39	11,102.16	1,058,282.64
6	30,707.54	19,401.85	11,305.70	1,046,976.95
7	30,707.54	19,194.58	11,512.97	1,035,463.98
8	30,707.54	18,983.51	11,724.04	1,023,739.94
9	30,707.54	18,768.57	11,938.98	1,011,800.96
10	30,707.54	18,549.68	12,157.86	999,643.10
11	30,707.54	18,326.79	12,380.75	987,262.35
12	30,707.54	18,099.81	12,607.73	974,654.61
13	30,707.54	17,868.67	12,838.88	961,815.74
14	30,707.54	17,633.29	13,074.26	948,741.48
15	30,707.54	17,393.59	13,313.95	935,427.53
16	30,707.54	17,149.50	13,558.04	921,869.49
17	30,707.54	16,900.94	13,806.60	908,062.89
18	30,707.54	16,647.82	14,059.72	894,003.17
19	30,707.54	16,390.06	14,317.49	879,685.68

Anexos 21. Amortización de préstamo capital de trabajo (Continuación)				
20	30,707.54	16,127.57	14,579.97	865,105.71
21	30,707.54	15,860.27	14,847.27	850,258.43
22	30,707.54	15,588.07	15,119.47	835,138.96
23	30,707.54	15,310.88	15,396.66	819,742.30
24	30,707.54	15,028.61	15,678.94	804,063.36
25	30,707.54	14,741.16	15,966.38	788,096.98
26	30,707.54	14,448.44	16,259.10	771,837.88
27	30,707.54	14,150.36	16,557.18	755,280.70
28	30,707.54	13,846.81	16,860.73	738,419.97
29	30,707.54	13,537.70	17,169.84	721,250.12
30	30,707.54	13,222.92	17,484.63	703,765.49
31	30,707.54	12,902.37	17,805.18	685,960.32
32	30,707.54	12,575.94	18,131.60	667,828.71
33	30,707.54	12,243.53	18,464.02	649,364.70
34	30,707.54	11,905.02	18,802.52	630,562.17
35	30,707.54	11,560.31	19,147.24	611,414.93
36	30,707.54	11,209.27	19,498.27	591,916.66
37	30,707.54	10,851.81	19,855.74	572,060.92
38	30,707.54	10,487.78	20,219.76	551,841.16
39	30,707.54	10,117.09	20,590.46	531,250.71
40	30,707.54	9,739.60	20,967.95	510,282.76
41	30,707.54	9,355.18	21,352.36	488,930.40
42	30,707.54	8,963.72	21,743.82	467,186.58
43	30,707.54	8,565.09	22,142.46	445,044.12
44	30,707.54	8,159.14	22,548.40	422,495.72
45	30,707.54	7,745.75	22,961.79	399,533.93
46	30,707.54	7,324.79	23,382.76	376,151.18
47	30,707.54	6,896.10	23,811.44	352,339.74
48	30,707.54	6,459.56	24,247.98	328,091.75
49	30,707.54	6,015.02	24,692.53	303,399.23
50	30,707.54	5,562.32	25,145.23	278,254.00
51	30,707.54	5,101.32	25,606.22	252,647.78
52	30,707.54	4,631.88	26,075.67	226,572.11
53	30,707.54	4,153.82	26,553.72	200,018.39
54	30,707.54	3,667.00	27,040.54	172,977.85
55	30,707.54	3,171.26	27,536.28	145,441.56
56	30,707.54	2,666.43	28,041.12	117,400.45
57	30,707.54	2,152.34	28,555.20	88,845.25
58	30,707.54	1,628.83	29,078.71	59,766.53
59	30,707.54	1,095.72	29,611.82	30,154.71

60	30,707.54	552.84	30,154.71	-	0.00
----	-----------	--------	-----------	---	------

Fuente: Elaboración propia

Anexos 22. Amortización de préstamo inversión fija

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo
-				2,586,488.00
1	65,679.80	38,797.32	26,882.48	2,559,605.52
2	65,679.80	38,394.08	27,285.71	2,532,319.81
3	65,679.80	37,984.80	27,695.00	2,504,624.81
4	65,679.80	37,569.37	28,110.42	2,476,514.39
5	65,679.80	37,147.72	28,532.08	2,447,982.31
6	65,679.80	36,719.73	28,960.06	2,419,022.25
7	65,679.80	36,285.33	29,394.46	2,389,627.79
8	65,679.80	35,844.42	29,835.38	2,359,792.41
9	65,679.80	35,396.89	30,282.91	2,329,509.50
10	65,679.80	34,942.64	30,737.15	2,298,772.35
11	65,679.80	34,481.59	31,198.21	2,267,574.14
12	65,679.80	34,013.61	31,666.18	2,235,907.96
13	65,679.80	33,538.62	32,141.18	2,203,766.78
14	65,679.80	33,056.50	32,623.29	2,171,143.49
15	65,679.80	32,567.15	33,112.64	2,138,030.84
16	65,679.80	32,070.46	33,609.33	2,104,421.51
17	65,679.80	31,566.32	34,113.47	2,070,308.04
18	65,679.80	31,054.62	34,625.17	2,035,682.86
19	65,679.80	30,535.24	35,144.55	2,000,538.31
20	65,679.80	30,008.07	35,671.72	1,964,866.59
21	65,679.80	29,473.00	36,206.80	1,928,659.79
22	65,679.80	28,929.90	36,749.90	1,891,909.89
23	65,679.80	28,378.65	37,301.15	1,854,608.75
24	65,679.80	27,819.13	37,860.66	1,816,748.08
25	65,679.80	27,251.22	38,428.57	1,778,319.51
26	65,679.80	26,674.79	39,005.00	1,739,314.51
27	65,679.80	26,089.72	39,590.08	1,699,724.43
28	65,679.80	25,495.87	40,183.93	1,659,540.50
29	65,679.80	24,893.11	40,786.69	1,618,753.81
30	65,679.80	24,281.31	41,398.49	1,577,355.32
31	65,679.80	23,660.33	42,019.47	1,535,335.86
32	65,679.80	23,030.04	42,649.76	1,492,686.10
33	65,679.80	22,390.29	43,289.50	1,449,396.60
34	65,679.80	21,740.95	43,938.85	1,405,457.75
35	65,679.80	21,081.87	44,597.93	1,360,859.82

Anexos 23. Amortización de préstamo inversión fija (continuación)				
36	65,679.80	20,412.90	45,266.90	1,315,592.92
37	65,679.80	19,733.89	45,945.90	1,269,647.02
38	65,679.80	19,044.71	46,635.09	1,223,011.93
39	65,679.80	18,345.18	47,334.62	1,175,677.32
40	65,679.80	17,635.16	48,044.64	1,127,632.68
41	65,679.80	16,914.49	48,765.31	1,078,867.38
42	65,679.80	16,183.01	49,496.78	1,029,370.59
43	65,679.80	15,440.56	50,239.24	979,131.36
44	65,679.80	14,686.97	50,992.82	928,138.53
45	65,679.80	13,922.08	51,757.72	876,380.81
46	65,679.80	13,145.71	52,534.08	823,846.73
47	65,679.80	12,357.70	53,322.09	770,524.64
48	65,679.80	11,557.87	54,121.93	716,402.71
49	65,679.80	10,746.04	54,933.75	661,468.95
50	65,679.80	9,922.03	55,757.76	605,711.19
51	65,679.80	9,085.67	56,594.13	549,117.07
52	65,679.80	8,236.76	57,443.04	491,674.03
53	65,679.80	7,375.11	58,304.68	433,369.34
54	65,679.80	6,500.54	59,179.26	374,190.09
55	65,679.80	5,612.85	60,066.94	314,123.14
56	65,679.80	4,711.85	60,967.95	253,155.19
57	65,679.80	3,797.33	61,882.47	191,272.73
58	65,679.80	2,869.09	62,810.70	128,462.02
59	65,679.80	1,926.93	63,752.86	64,709.16
60	65,679.80	970.64	64,709.16	0.00

Fuente: Elaboración propia

Anexos 24. Encuesta

DATOS GENERALES

Edad: Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino

Escolaridad: ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Tecnico ☐ Univesitario

Estado Civil: ☐ Soltero ☐ Casado

Domicilio: ☐ Rural ☐ Urbano

Consumo Jugos envasados? ☐ Si ☐ No

Por que No? ☐ Son Perjudiciales para la salud ☐ Muy Caros ☐ Mal Sabor ☐ Prefiere lo Natural ☐ Otro

Ha consumido jugos anteriormente, que sabores? Que presentacion? Que tipo de envase? Que cantidad? Con que frecuencia los consume?

PREFERENCIAS DE CONSUMO

Sabores	Presentacion				Envase				Cantidad	Frecuencia			
	8 onz	12 onz	Litro	Galon	Plastico	Caja	Vidrio	Lata		Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
Limon													
Naranja													
Maracuya													
Piña													
Mango													
Papaya													
Zanahoria													
Melocoton													
Fruit Punch													

Cuales son los Dos sabores que mas consume	1_	2_	Precio	Presentacion				Donde normalmente compra				Cantidad	
				8 onz	12 onz	Litro	Galon	Pulperia	Kiosko	SuperMercado	Mercado		

Si le ofertaramos un producto producido aquí en la zona, nos compraria: ☐ SI ☐ NO

Que sabores nos compraria?

NUESTRA OFERTA

Sabores	Presentacion				Envase				Cantidad	Frecuencia			
	8 onz	12 onz	Litro	Galon	Plastico	Caja	Vidrio	Lata		Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
Limon													
Naranja													
Maracuya													
Piña													
Mango													
Papaya													
Zanahoria													
Melocoton													
Fruit Punch													

En que tipo de establecimiento le gustaria comprar nuestro producto ☐ Pulperia ☐ Kiosko ☐ SuperMercado ☐ Mercado

Que precio estaria dispuesto a pagar por un jugo natural envasado en las siguiente presentaciones

Presentacion	8 onz	12 onz	1/2 lt	Litro	Galon
Precio					

Fuente: Elaboración propia